

2022_{ko}

JARDUEREN
URTEKO
MEMORIA



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jauriaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco



AURKIBIDEA

1. Sarrera.....	3
2. Arau-esparrua. Funtzioak eta osaera.....	4
3. BEGIRA bultzatzea eta kudeatzea.....	6
4. Publizitate eta komunikazio ez-sexistei buruzko ikerketak.....	7
5. Sentsibilizazioa, prestakuntza eta aholkularitza, publizitate eta komunikazio ez-sexistaren inguruan.....	8
5.1. BEGIRA SAREAREN JARDUERA.....	8
6. Hedapen- eta gizarteratze-zereginak	9
7. 2022an jasotako kexen eta salaketen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea	10
7.1. JASOTAKO KEXAK, EDUKIEN TIPOLOGIAREN ARABERA.....	10
7.1.1. Publizitate-edukiak	11
7.1.1.1. Publizitateari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan.....	11
7.1.1.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak	11
7.1.2. Komunikazio-edukiak	12
7.1.2.1. Komunikazioari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan.....	12
7.1.2.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak.....	12
7.2. PUBLIZITATEA BERTAN BEHERA UZTEKO ESKAERA	13

1. Sarrera.

2013ko ekainean, Emakunde - Emakumearen Euskal Erakundeak indartu egin zuen publizitate ez-sexista erabiltzeko aholku batzordea (BEGIRA), eta haren barruan sartu zuen komunikazio-arloa. Ordutik, batzorde horrek aholkuak emateko eta elkargune izateko organo gisa jardun du: Euskal Autonomia Erkidegoko komunikabideen eta publizitate-euskarrien bitartez hedatzen den komunikazioa eta publizitatea aztertzen ditu, eta horri buruzko aholkuak ematen ditu, sexu-diskriminazio mota oro desagerrarazteko. Tarte horretan, komunikabideen eta agentzien sare bat sortzea bultzatu da. Komunikabide eta agentzia horiek lanean jardun dute, besteak beste, kode etikoak eta autorregulazio-hitzarmenak egiteko, eta, hala, komunikazioa berdintasun-printzipiora egokitzen laguntzeko. Eginkizun hori giltzarria da; izan ere, komunikabideek eta agentziek, gizartea islatu ez ezik, moldatu ere egiten dute, neurri batean; beraz, baliabide proaktibo bihur daitezke balioak aldatzeko, eta, azken batean, gizartea bera aldatzeko.

2022. urtean, BEGIRAK funtzio nagusiak egiten jarraitu du, hala nola publizitatea eta komunikazioa aztertzen eta haien jarraipena egiten jarraitu du, eta, horretaz gainera, herritarrek publizitatearen eta komunikazioaren eremuetan antzeman dituzten eduki eta mezu sexisten inguruko kexak jasotzen eta tramitatzen jarraitu du.

Eskerrak eman nahi dizkiet egindako lan hauetan zuzenean zein zeharka parte hartu duten guztiei: batzordekideei, Emakundeko teknikariei, beren ezagutza partekatu duten aditu eta formatzaileei, laguntza teknikoetako kolaboratzaileei, eguneroko jardunean publizitate eta komunikazio ez-sexista sortzeko ahalegina egiten duten eta programatutako jardueretan parte hartu duten profesionalei eta, bereziki, beren ingurunean publizitatearen eta komunikazioaren erabilera sexistak identifikatu eta kexak eta oharrak Batzordera bidali dituzten guztiei. Ekarpene horiek guztiak ezinbestekoak dira berdintasunean eta justizian oinarritutako gizartea eraikitzeko bidean aurrera egiten saiatzeko.

Vitoria-Gasteiz, 2023ko urtarrila

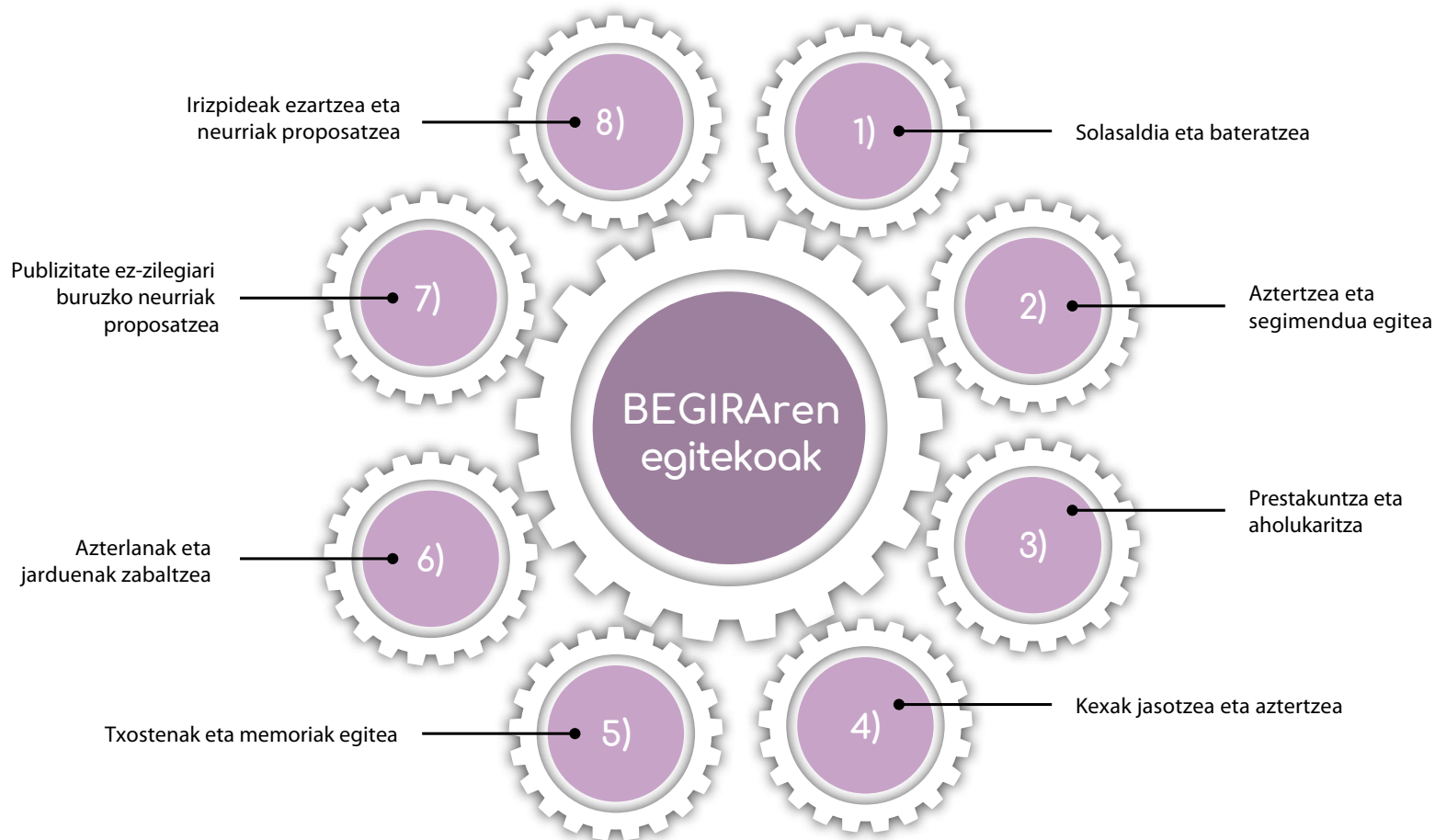
EMAKUNDE-Emakumearen Euskal Erakundeko zuzendaria

BEGIRA Batzordeko presidentea

2. Arau-esparrua. Funtzioak eta osaera.

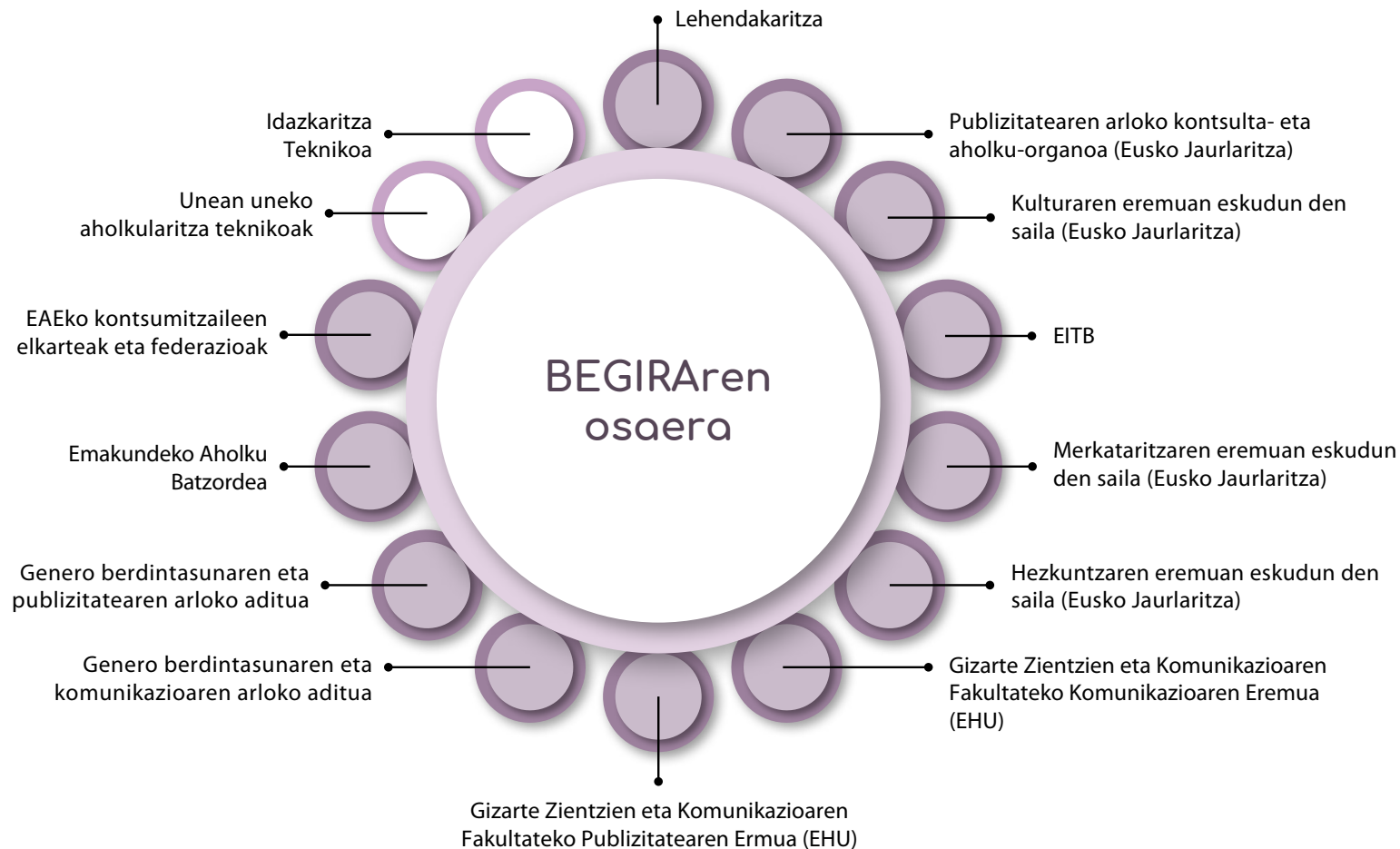
BEGIRA / publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordeari buruzko ekainaren 11ko 360/2013 Dekretuak bete egiten du martxoaren 3ko 1/2022 Legearen hogeita zortzigarren artikulua agindua (1/2022 Legea, Emakumeen eta Gizonen berdintasunerako Legea bigarren aldiz aldatzen duena, Emakumeen eta Gizonen berdintasunerako 4/2005 Legearen 27. artikulua aldatzen duena, Eusko Jaurlaritzan publizitatearen eta komunikabideen aholkularitzaz eta kontrolaz arduratuko den organo bat izateari buruzkoa). Organo hori komunikabideen eta publizitate-euskarrien bitartez hedatzen diren publizitatearen eta edukien inguruan aholku emateaz eta horiek aztertzeaz arduratzen da, pertsonen sexuan oinarritutako diskriminazio eta

estereotipo oro desagerrarazteko. Era berean, alor horretako prestakuntza sustatuko du, eta komunikabideek emandako edukiei buruzko kode etikoak badaudela ere zainduko du; horiek emakumeen kontrako indarkeria matxistaren kasuen tratamendu egokia landuko dute, besteak beste, pertsonen aurkako sexuan oinarritutako diskriminazio eta estereotipazio mota guztiak desagerrarazteko. Era berean, alor horretako prestakuntza sustatuko du, eta komunikabideek emandako edukiei buruzko kode etikoak badaudela ere zainduko du; horiek emakumeen kontrako indarkeria matxistaren kasuen tratamendu egokia landuko dute, besteak beste.



Aholkularitza eskaintzeko oinarrizko funtzioaz gain, BEGIRAK EAEko publizitatea eta komunikazioa aztertu eta horren segimendua egiten du generoaren ikuspuntutik; sentsibilizatu egiten du eta prestakuntza eskaintzen du publizitate eta komunikazio ez-sexistaren arloan; herritarren eta erakundeen kexak jaso eta aztertzen ditu, hala

badagokie, organo eskudunei bideratzeko; eta zehapen-prozedurak hasia proposa dezake. Emakundeko zuzendariak, 2013ko abuztuaren 9ko ebazpenaren bidez, Batzordeko kideak izendatu zituen, eta BEGIRaren eraketa honela zehaztu zuen:



3. BEGIRA bultzatzea eta kudeatzea.

2022an, Batzordeak, salbuespenez, ez du ohiko bilerarik egin, baina beste era bateko zereginak egin ditu BEGIRAREN funtzioak betetzeko.

2022. urtea trantsizio-urtea izan da Batzordearentzat, honako hauek identifikatzeko gogoeta estrategikoaren esparruan: Emakumeen eta Gizonen berdintasunerako Legea bigarren aldiz aldatzen duen martxoaren 3ko 1/2022 Legetik datozen **lege-agindu berriak**; Begiraren Ebaluazioan identifikatutako **hobekuntzak**; 2021ean hasitako lan-prozesuetan identifikatutako **erronka berriak**.

Ilido horretan, Kode Deontologikoaren eta Dekalogoen berrikuspena proposatzeko lehen lan-dokumentua egiten jarraitu dugu, Kodea eta Dekalogoak eguneratzeko beharrak eta aukerak identifikatzeko eta aldaketak Batzordearekin eta Begira Sareari atxikitako komunikabide eta agentziekin adosteko.

Gogoeta egiteko dokumentu bat egiten jarraitu dugu Kode Deontologikoarekiko atxikipenak sarean birbultatzeko eta berritzeko; izan ere, hori aukera bat izango litzateke dagoeneko atxikita dauden erakundeekiko konpromisoa sendotzeko eta parte hartzeko prest dauden beste erakunde batzuk aurkitzeko. Hori lagungarria izango da erakundeek hartutako konpromiso horien betetze-mailaren jarraipena egiteko etorkizunean.

Eta, era berean, abian dauden ziberindarkeriei buruzko gida bat egiteko prozesua hasi dugu.

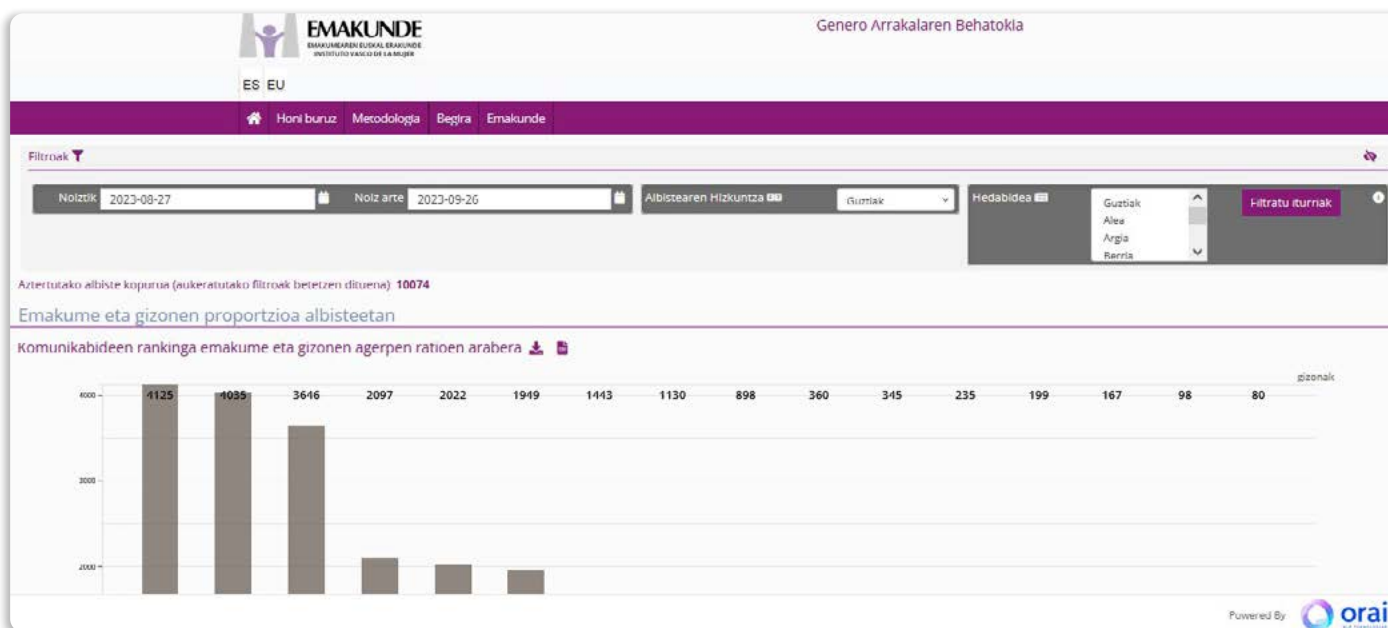
4. Publizitate eta komunikazio ez-sexistei buruzko ikerketak.

BEGIRA Batzordeari esleitutako funtzioen artean, berriaz jasotzen da aztertzea ea erabilera sexistarik dagoen titulartasun publikoko eta pribatuko komunikabideetan eta publizitate-euskarrietan igortzen den publizitatean eta komunikazioan, eta horri buruzko segimendua egitea. Bai eta egindako azterlanak eta jarduerak ezagutaraztea ere.

Esparru horretan, 2022an segida eman diogu EAEko komunikabide digitalak monitorizatzeko proiektuari. 2020an hasi zen, beta bertsioko aplikazioa diseinatu eta garatuz (komunikabide digitalen informazioetan emakumeen eta gizonen presentzia kuantitatiboki aztertzeko gauza dena). Interfaze bat abian jarri eta aplikazioa zerbitzari birtual batean hedatu ondoren, eta EHU/UPVk eta GMMPr (Global Media Monitoring Project) egindako aurreko monitorizazioetan erabilitako adierazle berriak txertatu ondoren, eta diseinuaren beste doikuntza eta hobekuntza batzuk egin ondoren.

EHUk egindako aurreko monitorizazioetan erabili diren eta 2021ean sartu diren adierazleei dagokienez, finketa-lanak egiten jarraitu dugu. Lan hauek ere egin ditugu:

- Emakumeek eta gizonak argazkietan duten presentziari dagokionez: esperimentatzen jarraitu da eta, horren ondorioz, sistema sendagoak eta asmatze-tasa handiagoak lortu dira; horrez gain, bertsio digitaletatik ateratako irudi multzo bat bildu da.
- Emakumeek eta gizonak informazio-iturri gisa duten presentziari dagokionez: entrenamendu- eta ebaluazio-datuen multzoarekin jardun da joera zuzentzeko eta hizkuntzen arteko alderagarritasuna errazteko; datu multzo elebidunekin entrenatu da; eta entrenamendu-adibide sintetikoak sortu dira txantiloietan oinarrituta.
- Emakumeek eta gizonak albisteen egile gisa duten presentziari dagokionez: ezarritako metodoen ebaluazioa egin da; eta ereduak eguneratu dira ebaluazioan lortutako emaitzen arabera.
- Diseinuari dagokionez, hobekuntza-lanak ere egin dira, eta metodologiari buruzko informazioa lantzen hasi gara.



5. Sentsibilizazioa, prestakuntza eta aholkularitza, publizitate eta komunikazio ez-sexistaren inguruan.

5.1. BEGIRA SAREAREN JARDUNA:

BEGIRA Batzordea sortu zenetik, proiekturik nabarmenena izan da espazio partekatu bat sortzea komunikabideekin eta publizitate-agentziekin, kode deontologikoa eta autorregulazio-kodea egiteko lankidetzaren prozesu batean. Prozesu hori 2014an hasi eta 2015ean amaitu zen. **kode deontologiko bat eta Autorregulazioko Kodea eta bi dekalogo egin ziren, hainbat parte-hartzaileekin: bata, komunikazioaren arlorako eta, bestea, publizitatekoa.** Aurkezpen eta atxikimenduaren ondoren, 2016an kodea ezartzea sustatu zen sare bat sortu, kudeatu eta dinamizatuta, aipatutako sarea ezagutza partekatzeko gunea izateko. EAEen publizitate eta komunikazio ez-sexista izateko Kode Deontologiko eta Autorregulaziokoari atxikitako erakundeen Begira Sarea izenekoa da.

Begira Sarea **102 erakundek** osatzen dute; horietatik **43 publizitate-agentziak** dira, eta **59 komunikabideak**. Gogoeta-urte honetan ez da erakunde berririk atxiki.

2022. urtean ez da sarearen topaketarik egin gauzatutako gogoeta estrategikoaren hasiera izan delako; horren ondorioz, ohiko jarduera eten egin da.

6. Hedapen- eta gizarteratze-zereginak.

BEGIRaren hedapen- eta gizarteratze-zereginei dagokienez, jarraitu egin da publizitate eta komunikabideen arloko berdintasunari buruzko atal zehatza kudeatzen, Emakunderen atariaren barruan. Espazio horrek publizitate eta komunikazio ez-sexistari buruzko dokumentazioa eskaintzen du, eta bi alor horietan gertatzen diren erabilera sexistei buruzko kexak jasotzen ditu. Publizitatean eta komunikazioan egiten diren erabilera sexistak detektatzeko eta horiei buruzko kexak bidaltzeko gailu mugikorretarako aplikazioa kudeatzen jarraitu da. Era berean, gailu mugikorretarako aplikazio hori app-arekin bidalitako kexak jaso eta sailkatzeko datu-basearen bidez kudeatu da. Begira app-ari esker publizitate eta komunikazioan balizko sexismo-kasuak detekta daitezke; horrez gain, edozein tokitatik eta nahi denean kexak idatzi eta bidal daitezke. Aplikazioa elebiduna da, doakoa eta Android zein IOSen erabilgarria, eta Kode Deontologikoa indarrean jartzearen ondorioz onartutako edukietara egokitu da.

BEGIRaren 2021eko Urteko Memoria egin, onartu eta zabaldu dugu; memoria horrek EAEko publizitate eta komunikazioaren egoera genero-ikuspegitik eta Batzordeak ekitaldian egindako jarduera bera ditu aztergai, eta bete egin da horrela sortzeko dekretuan bertan jasotako agindua.

**Deskargatu
BEGIRA app
DOAN!**

BEGIRA doako aplikazioa da, Aholku-
batzordearena, publizitate eta
komunikazio ez-sexista erabiltzeko /
Begira, Emakunderi atxikita.

Errazago antzemango dituzu
jardunbide txarrak, eta kexak bidali
ahalko dituzu publizitatean eta
komunikazioan egon daitezkeen
erabilera sexistei buruz.

BIDALI KEXA

ESKURAGARRI
Google play

ESKURAGARRI
App Store

EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDE
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

7. 2022an jasotako kexen eta salaketen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea.

2022an, 17 kexa-espediente bideratu dira.

Jasotako kexetan oinarrituta, BEGIRAK 6 gomendio eman dizkie hainbat erakunderi, oinarri hartuta Kode Deontologikoan eta emakumeen aurkako indarkeriaren publizitateari, komunikazioari eta informazio-tratamenduari buruzko dekalogoetan jasotako printzipioak. Eskumen-arloa dela eta, 9 eskabide Emakumeen Institutuko Madrilgo Irudiaren Behatokia bideratu dira eta beste bat Nafarroako Berdintasunerako Institutura. Azkenik, nabarmendu behar da publizitatea eteteko eskaera bat bidali dela.

Kexaren bat jarri duten **pertsonen profila** honakoa da, oro har: emakumea, 31 eta 40 urte artekoa, unibertsitate-ikasketak eta lanaldi osoko lanpostua dituen.

Kexa **motaren** arabera, 9 publizitatearen arloko kexak dira, eta beste 8, berriz, komunikazioaren arlokoak. Publizitatearen esparruan, kexa gehienak, ustez genero-estereotipoak eta -rolak indartzen zituzten iragarkien gainean egin dira, hala nola gazte, argal eta gorputz perfektuko izatearekin lotzen den edertasun-eredu bakar bat islatu eta emakumeen gorputza gauza bihurtzen duten iragarkien gainean. Komunikazioaren esparruan, batez ere emakumeen kontrako indarkeria banalizatzen duten eta emakumeen irudi estereotipatua helarazten duten kexak dira.

Herritarrek erakunde honekin harremanetan jartzeko aukeratutako **hizkuntzari** dagokionez, eskabide gehienak gaztelaniaz egin dira, eta 2 euskaraz.

7.1. JASOTAKO KEXAK, EDUKIEN TIPOLOGIAREN ARABERA.

Jasotako kexak, nola publizitateari buruzkoak hala komunikazioarekin lotutakoak, indarrean zeuden inprimaketako puntuetan oinarrituta aztertu eta sailkatu dira:

Publizitate sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia:

http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/temas_medios_intro/eu_def/adjuntos/inprimakia_publicitate_sexista.pdf

Komunikazio sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia:

http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/temas_medios_intro/eu_def/adjuntos/inprimakia_komunikazio_sexista.pdf

The image shows two overlapping forms for reporting sexist advertising and communication. The top form is titled 'Publizitate sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia' and the bottom form is titled 'Komunikazio sexistaren inguruko kexak jasotzeko inprimakia'. Both forms include sections for personal data, description of the complaint, and contact information.

7.1.1. Publizitate-edukiak:

Erabilera sexistaren mota nagusiak hauek izan dira: emakumeen gorputza erabiltzea objektu estetiko/sexual gisa eta gaztetasunean eta osasunerako kaltegarriak diren jarrerak sustatzerainoko gorputz-eredu hipersexualizatueta oinarritutako edertasun-ereduak bultzatzea.

7.1.1.1. Publizitateari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuari:

Jasotako kexetan oinarrituta, BEGIRAK, bere eskumen-eremuaren barnean, gomendio bana bidali die egoitza soziala EAEn duten bi erakunderi. Bi **gomendio horiek** publizitate-dekalogoaren aplikazioan daude funtsatuta. Metaleko Enpresen Bizkaiko Federazioari gomendio bat igorri zaio, eta La Rubia diskotekari publizitatea bertan behera uzteko errekerimendu bat.



Propagandisten Elkarte Katolikoa

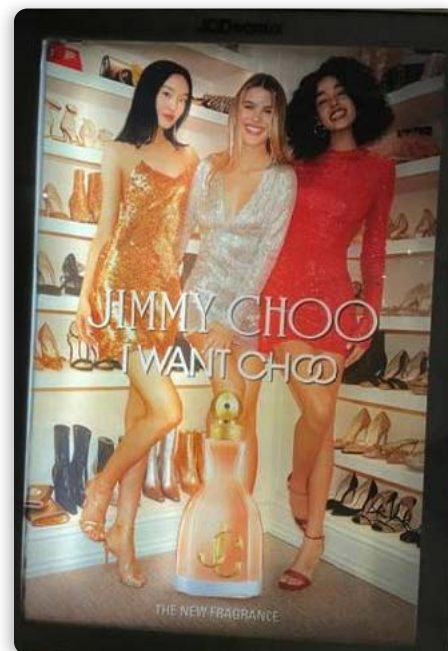


Basarana

7.1.1.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak:

BEGIRA Batzordearen jarduketarako **lurralde-eremua** EAE da eta, beraz, gure erkidegoan egoitza duten erakunde publiko eta pribatuak (bai publizitate-eremukoak, bai komunikazio-eremukoak).

Halere, era guztietako kexak jasotzen dira, aztertu egiten dira eta Batzordearen eskumen-eremutik kanpo badaude, eskumena duen organora bideratzen dira kexa bidali duen pertsonaren berariazko baimenarekin. 2022an, kexa bat bideratu zaio Nafarroako Berdintasunerako Institutuari eta gainerakoak, Espainiako Emakumeen Institutuko Emakumeen Irudiaren Behatokiari. Kexak jaso dituzten iragarleak honako hauek izan dira: Basarana, Jimmy Choo, Propagandisten Elkarte Katolikoa, Ikea, Desigual, Alcampo, Hoxe X musikala eta Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Ministerioa.



Jimmy Choo



Ikea

7.1.2. Komunikazio-edukiak:

Komunikazioaren esparruan, batez ere, emakumeen kontrako indarkeria hutsaltzearekin lotutako kexak helarazi dira; edo emakumeak eta gizonak desberdin eta modu estereotipatuan erakusten eta erlazionatzen direlako aurkeztu dira kexak.

7.1.2.1. Komunikazioari buruzko kexak BEGIRaren eskumen-eremuan:

BEGIRA Batzordeak ez dauka berariazko funtziorik kexak jasotzeko komunikazioaren alorrean. Halere, eta esleitutako gainerako funtzioak garatzeko, komunikabideek emakume eta gizonen berdintasunarekin bat egiten duten edukiak eman ditzatela sustatzeari dagokionez, kexa horiek bi helbururekin jaso dira: lehenik, gomendioak bidaltzeko eta komunikabideetan eremu hauetan sentsibilizazio-estrategiak garatzeko eta, bigarrenik, detektatzeko zein eduki mota diren audientziak gutxien onartzen dituenak. EAEn kokatutako komunikabideen artean, enpresa hauei bidali zaizkie gomendioak: El Correo eta Noticias de Gipuzkoa.

7.1.2.2. Eskumen-arrazoiengatik bideratu egin diren kexak:

Publizitatearen eremuan bezala, komunikazio-eremuan ere BEGIRaren eskumen-eremutik kanpo dauden kexak jasotzen dira. Kexa horiek dagozkien erakundeei igortzen zaizkie, eta 2022an Estatuko Emakumeen Institutuko Irudiaren Behatokia bideratu dira komunikabide hauei buruzko kexak: SER, 20 Minutos eta Mujer Hoy.



20 Minutos



SER

7.2. PUBLIZITATEA BERTAN BEHERA UZTEKO ESKAERA:

Publizitateari buruzko azaroaren 11ko 34/1988 Lege Orokorrean ezarritako funtzioak betez, publizitatea bertan behera uzteko errekerimendua bidali zen La Rubia diskotekara. Errekerimendua eragin duen iragarkia diskotekak zabaldu zuen festa bat sustatzeko honako mezu honekin: «CHICAS GRÁTIS» («NESKAK DOAN»). Kontsideratu zen iragarkiak bi mezu transmititu zitzaizkeela: batetik, emakumeak doan sar zitezkeela diskotekara, eta, bestetik, emakumeek dohainik zituztela ongietorri-edariak. Erakunde honek behin eta berriz adierazi duenez, horrelako publizitate-mezuak legez kanpoko publizitatea direla emakumea gauza bihurtzen dutelako; alegia, emakumea sexu-objektu bihurtzen dute funtzio bakarrarekin: ahalik eta gizon gehien erakartzea. Horregatik guztiatik, presaz bidali zen publizitatea bertan behera uzteko errekerimendua.



La Rubia Diskoteka



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

<http://www.emakunde.euskadi.eus>