

2013

TXOSTENA MEMORIA



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jauriaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

Aurkibidea

I. Sarrera.....	3
II. Arau-esparrua.....	5
III. Egindako jarduerak	7
IV. Aztertutako publizitate sexistako nasuei buruzko kexak.....	11
VI. Azterlanak.....	14
VII. Prestakuntza eta Aholkularitza.....	15

I. Sarrera

2013ko ekainean, EMAKUNDE - Emakumearen Euskal Erakundeak abian jarri zuen BEGIRA / publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzorde berritua (aurrerantzean BEGIRA). Batzordea aholkuak emateko eta elkargune izateko organoa da: Euskal Autonomia Erkidegoko komunikabideen eta publizitate-euskarrien bitartez hedatzen den komunikazioa –oro har– eta publizitatea –bereziki– aztertzen ditu, eta horri buruzko aholkuak ematen ditu, komunikazioaren eta publizitatearen arloetan sexuan oinarritzen den bereizkeria-mota oro erazteko.

Halaber, komunikabide publikoek igorritako edukietan erreferentziazko kode etikoak egon daitezen zaintzen du, eta komunikabide pribatuekin autorregulazio-akordioak bultzatzen ditu, komunikazioa berdintasun-printzipioarekin bat etor dadin.

Prestakuntza emateko, sentsibilizatzeko, aholkularitza emateko eta ikerketarako tresna bat da BEGIRA, baina, horretaz gain, herritarrek publizitatearen eta komunikazioaren arloetan antzematen dituzten eduki eta mezu sexisten inguruko kexak eta salaketak biltzeko eta izapidetzeko bidea ere bada. Arlo horiek

eta horietan diharduten hedabideek, gizartea islatu ez ezik, neurri batean moldatu ere egiten dute; beraz, balioak eta, azken finean, gizartea bera aldatzeko baliabide proaktibo gisa erabil daitezke.

Ekainaren 11ko 360/2013 Dekretuak, Begira / publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordearenak, bere helburuak betetzeko izendatuta dituen egitekoak jasotzen ditu 5. artikuluan: besteak beste, BEGIRAK urteko txosten edo memoria bat egin beharko du, Eusko Legebiltzarrean aurkeztu beharrekoa. Mandatu horren emaitza da hemen aurkezten dugun memoria hau.

Vitoria-Gasteiz, 2014ko Uztaila.

Ana Alberdi Zubia

Lehendakaria

II. Arau-esparrua

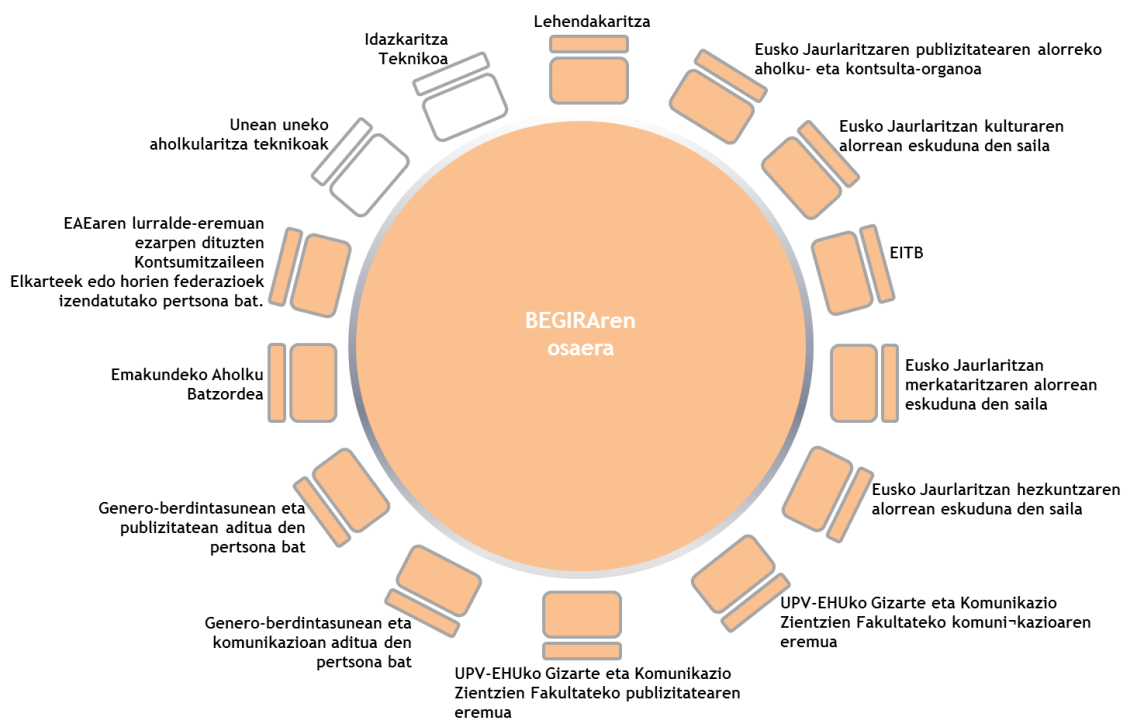
Ekainaren 11ko 360/2013 Dekretuak bete egiten du Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako 4/2005 Legearen 27. artikuluan jasotako mandatua; alegia, kontroleko organo bat eratzea eta abiaraztea, sexuan oinarritzen den pertsonen bereizkeria-mota oro erazteko, eta komunikabideetan eta publizitatean hedatutako edukiek beren kode etikoak izan ditzaten zaintzea (360/2013 Dekretua, Begira / publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko Aholku Batzordearena). Dekretu hori 2013ko ekainean onartu eta argitaratu zen.

Batzordearen egitekoak



Emakundeko zuzendariaren 2013ko abuztuaren 9ko ebazpen batez, batzordeko kideak izendatu ziren, Batzordea sortzeko dekretuaren 7. artikuluan ezarritakoa betez.

BEGIRAREN osaera



III. Egindako jarduerak

BEGIRA BATZORDEAREN OHIKO BILERA

2013ko azaroaren 28an, BEGIRA batzordeak, bere eraketa formalizatu ondoren, lehen ohiko bilera egin zuen. Bilera horretan onartu ziren 2013-2014 aldirako lan-plana eta publizitate sexistari buruzko kexak – ofizioz nahiz herritarrek eginak– bildu eta izapidetzeko prozedura.

Adostutako **Lan-planak**, BEGIRaren esku-hartze esparruen ezaugarriak kontuan hartuta, bi ardatz bereizten ditu:

Publizitatearena, non ekintza hauek jasotzen diren:

- Meta-analisi bat egitea, EAEko komunikabideetan eta publizitatean eduki sexisten inguruko egoera aztertzeko.
- 2013-2014ko Gabonetako joko eta jostailuen kanpainan oinarritutako sexismoari buruzko azterlana argitaratu eta hedatzea.
- Dekalogo bat egin eta hedatzea, herritarrei publizitate sexista detektatzen eta antzematen laguntzeko.
- Formulario bat landu eta hedatzea, publizitate sexistaren inguruko kexak eta salaketak bildu eta izapidetzeko. Hura izapidetzeko prozedura bat diseinatzea.
- Mugikorretarako aplikazio bat diseinatzea gazteentzat, zenbait eduki txertatuz (BEGIRA zer den; detekziorako dekalogo eta kexak bidaltzeko formularioa).

- Publizitate-agentziekin sentsibilizazio-jardunaldi bat antolatzea, 2013-2014ko Gabonetako joko eta jostailuen kanpainako
- publizitate sexistari buruzko azterlana aurkezteko.

Komunikazioarena, non ekintza hauek proposatzen diren:

- Kode Deontologiko bat egiteko proposamena egitea, Komunikabideekin batera.
- Bi lan-jardunaldi antolatzea, komunikabideetako profesionalak komunikazioaren trataera ez-sexistaren inguruan sentsibilizatu eta hezteko, kode deontologiko bat lantzeko esparruan.
- UPV-EHUren 2014ko udako ikastaroetan ikastaro bat diseinatu eta antolatzea, gizarte-aldaketari, generoari eta komunikabideei buruz.
- Publizitate sexistari buruz egindako azterlana kontsultako dokumentu gisa argitaratu eta hedatzea.
- Azterlan bat egitea, 2014ko Europako Parlamenturako hauteskunde-kanpainak genero-ikuspegitik izan duen publizitate- eta informazio-tratamenduari buruz.

Lan-planean, halaber, batzordearen beraren kudeaketarekin lotutako ekintzei buruzko atal bat dago.

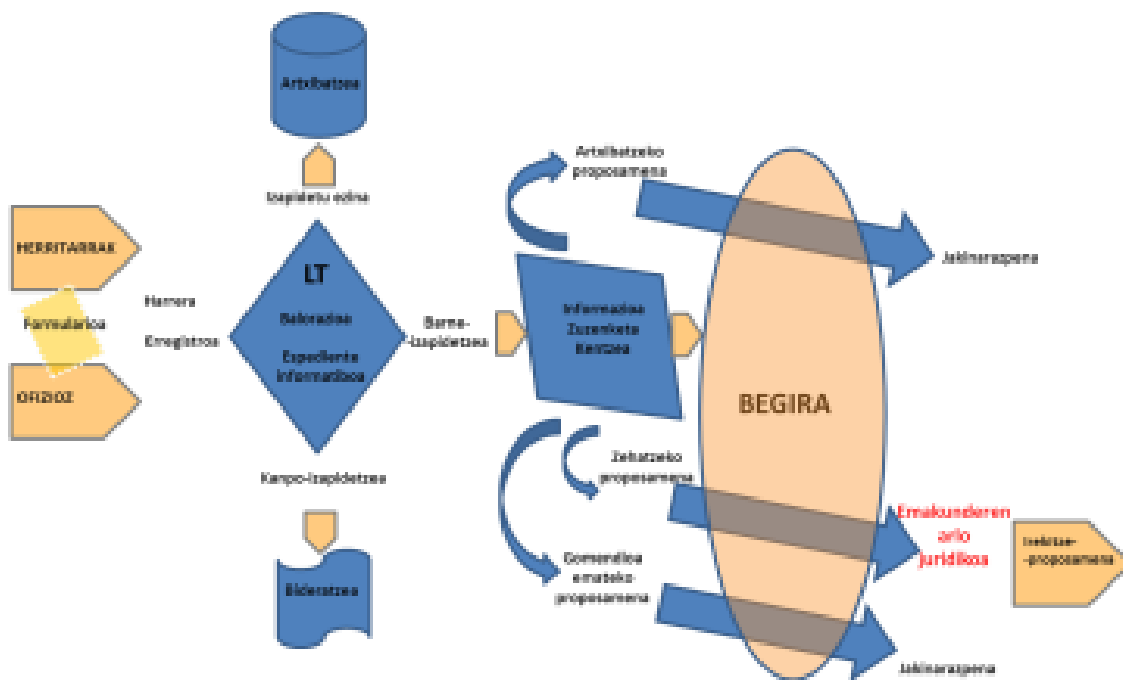
Adostutako lan-planari dagokionez, BEGIRAk lehentasunezkoztat jotzen du herritarrei jakinaraztea begira zertan datzan (“*Zer da BEGIRA*”) eta zertarako balio duen, bai eta sentsibilizazioa areagotzea, alde batetik, herritarrena, eta, bestetik, administrazio, komunikabide eta publizitate-bideena.

KOMUNIKAZIO ETA PUBLIZITATE SEXISTAREN INGURUKO KEXAK JASO ETA IZAPIDETZEKO PROZEDURA

BEGIRA batzordearen egitekoen arteko bat da herritarrek eta erakundeek egindako kexak jasotzea eta aztertzea, eta hala badagokio, organo eskudunetara bideratzea, zehapen-espediente bat hasteko edo ekintza judizialak baliatzeko legez kontrako publizitatearen aurka, Lehia Desleialari buruzko urtarilaren 10eko 3/1991 Legean eta Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuari buruzko abenduaren 22ko 6/2003 Legean ezarritakoaren arabera. Eta, era berean, zehapen-prozedura bat irekitzea proposatzea, Emakumeen eta Gizonen berdintasunerako otsailaren 18ko 4/2005 Legean ezarritakoari jarraituz.

Eremu horretan, kexak jaso eta izapidetzeko prozedurari buruz Emakundeek aurkeztutako proposamena onartu zuen BEGIRA batzordeak. Aurrez, batzordeak zehapenen inguruan dituen egitekoen lege-esparrua aurkeztu zuen Emakundeek, bai eta zehapen-tipologiak ere: zehapen administratiboak eta akzio zibilak. Kexak jaso eta izapidetzeko bi prozedurak antolatu eta onartu ziren: “arrunta” eta “premiazkoa”. Horiek bai ofizioz bai herritarren eskariz egin daitezke (pertsonea fisikoa eta/edo pertsona juridikoa).

Kexak jaso eta izapidetzeko prozedura



PUBLIZITATEAN SEXISMOA DETEKTATZEKO DEKALOGOA

Batzordean, halaber, aurrez Emakundek landutako Dekalogo bat egiteko proposamena aztertu zen. Bi bertsio egitea planteatu da, helburuak kontuan hartuta. Bat BEGIRaren barne-erabilerarako dekalogo litzateke: nolabaiteko maila teorikoa izango luke eta irizpideak bateratzea eta kexak baloratu eta izapidetzea ahalbidetuko luke; pixkanaka landuko da. Bestea errazagoa izango da, herritar guztiak sensibilizatu ahal izateko: publizitatean eta komunikazioan eduki sexistak detektatu eta antzematea.

Batzordearen ekarpenekin, dekalogoaren beste proposamen bat egin zen. Dekalogoaren edukia aldian-aldian berrikusi eta eguneratuko da, dokumentua publizitatearen eta komunikazioaren esparruek berezko dituzten etengabeko aldaketa eta bilakaeretara egokitzeko.

PUBLIZITATE SEXISTAREN INGURUKO KEXAK JASO ETA IZAPIDETZEKO TRESNA

Batzordeak aztertutako beste gai bat izan zen kexak jasotzeko Emakundek proposatu duen Formularioa. Dekalogoan oinarrituta dago formularioa, eta adierazle batzuk biltzen ditu, publizitate eta komunikazio sexistaren balizko kasuak detektatzen eta kexak bidali, aztertu eta izapidetzen laguntzeko. Formularioa, gainera, lagungarri izango da kexak eta salaketak aztertzeko, baloratzeko eta, hala dagokionean, izapidetzeko prozedura sistematizatzeko. Eta, bereziki, gaikako txostenak eta BEGIRA batzordearen urteko memoria lantze aldera bildutako datuak ustiatzeko.

IV. 2013. urtean aztertutako publizitate sexistako kasuei buruzko kexak

2013. urtean zehar, Emakundek herritarren berdintasunerako eskubideak babesteko duen arloak tankera honetako kexak jaso, bideratu eta izapidetzen egindako lanarekin batera, BEGIRA batzorde berritua jarri zen abian.

Zehazki, zortzi kexa jaso ziren, eta horien artetik:

- Hiru ez ziren izapidetu, behar adinako informaziorik ez zutelako kexak egiaztatzeko edo ofizioz jardun ahal izateko.
- Lau kexa, eskumen-auziak tarteko, Emakumearen Institutura bideratu ziren, han aztertu eta Emakumeen Irudiaren Behatokiaren (OIM) bitartez izapidetuak izan zitezten. Kasu hauek dira:

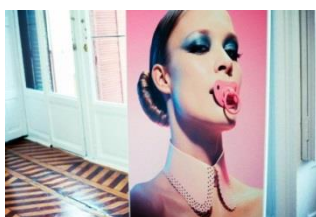
NATURA dendetako arropa-etiketei buruzko kexa.

NATURA dendetako arroparen etiketatzeari buruzko kexa bat zen, etiketak eduki sexista zuelako, ustez; izan ere, etiketetan erabilera-gomendio hau ageri zen: *“Lavar por separado puede desteñir... o dáselo a tu madre, ella sabrá que hacer”* (Bereiz garbitu, tindua gal dezake... edo amari eman, hark jakingo baitu zer egin).



SEPHORA markaren iragarkiari buruzko kexa.

Kexaren arabera, SEPHORA markako dendetan zegoen iragarki batek emakumeen irudi laido garri eta diskriminatzailea agertzen zuen.



<http://es.paperblog.com/sephora-1795274/>

TOSFRIT pipiten kanpaina bateko publizitateari buruzko kexa.

Pipita-poltsekin oparitzen zituzten pegatina ustez sexista batzuei buruzkoa zen kexa.

Publizitatearen Akademiak RAE zoriontzeko egindako kanpainari buruzko kexa.

Ofiziozko kexa bat izapidetu zen, Publizitatearen Akademiak RAEren sorreraren 300. urteurrena oroitzeko egin zuen bideo-iragarkia dela-eta.



<http://ecoteuve.eleconomista.es/publicidad/noticias/5172702/09/13/La-Academia-de-Publicidad-felicita-a-la-RAE-por-sus-300-anos-con-un-spot.html>

Azkenik, EAEn kexa bat izapidetu eta zegokion enpresari helarazi zitzaion, zenbait gomendiorekin:

Bilboko El Corte Inglés-eko kanpoaldeko tauletan jarritako CONVERSE markaren iragarkiari buruzko kexa.

Irudian, emakume bat igerilekutik atera nahian dabilen gizon baten burua zapatilarekin zapaltzen ari da.



Kexa guztiak, bat izan ezik, emakumeek aurkeztu zituzten.

VI. Azterlanak

BEGIRA batzordeari esleitutako egitekoen artean berariaz ageri da titulartasun publikoko eta pribatuko komunikabideetan eta publizitate-euskarrietan igortzen den komunikazioa eta publizitatea aztertzea eta horren segimendua egitea. Egindako azterlanak eta jarduerak zabaltzea ere bai.

Horri dagokionez, *“Estudio coyuntural sobre publicidad sexista en la campaña de juegos y juguetes de Navidad 2013-2014 en los medios de comunicación y publicidad de la C.A. de Euskadi”* azterlana egin da (Euskal Autonomia Erkidegoan, 2013-2014ko Gabonetako joko eta jostailuen kanpainan, komunikabideetan eta publizitatean izandako publizitate sexistari buruzko azterlana). Azterlan horren helburuen artean, hau nabarmentzen da: antzeko kanpainen joera sexistak detektatzeko gai izango den tresna metodologiko bat egitea. Azterlanean 200 iragarki aztertu dira guztira, eta 36 adierazle definitu dira. Horrekin loturik, ikerketa zabaltzeko txosten/laburpen bat eta dibulgaziozko bideo bat ere egin dira.

VII. Prestakuntza eta Aholkularitza

BEGIRAREN dekretuaren 5. artikuluan jasotako egiteko bat da komunikazioaren eta publizitate ez-sexistaren arloko prestakuntza eta aholkuak ematea titulartasun publikoko eta pribatuko komunikabideetako, publizitate-enpresa eta -agentzietako eta tartean dauden beste antolakunde batzuetako zuzendariei eta teknikariei.

BEGIRAK hala eskatu dioten era guztietako erakundeei eman die aholku, beren komunikazio- eta publizitate-jarduerak egokiago egin ditzaten.



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco