

2023^{eta} 2024

JARDUEREN URTEKO MEMORIA



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako 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. Hedopen- eta gizarteratze-zereginak.....	9
7. 2023an jasotako kexen eta salaketen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea	10
8. 2024an jasotako kexen eta salaketen espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea	11
8.1. JASOTAKO KEXAK, EDUKIEN TIPOLOGIAREN ARABERA.....	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.

2023 eta 2024. 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 due.

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. Ekarpen horiek guztiak ezinbestekoak dira berdintasunean eta justizian oinarritutako gizartea eraikitzeko bidean aurrera egiten saiatzeko.

Vitoria-Gasteiz, 2026ko otsaila

Miren Elgarresta Larrabide.

EMAKUNDE-Emakumearen Euskal Erakundeko zuzendaria

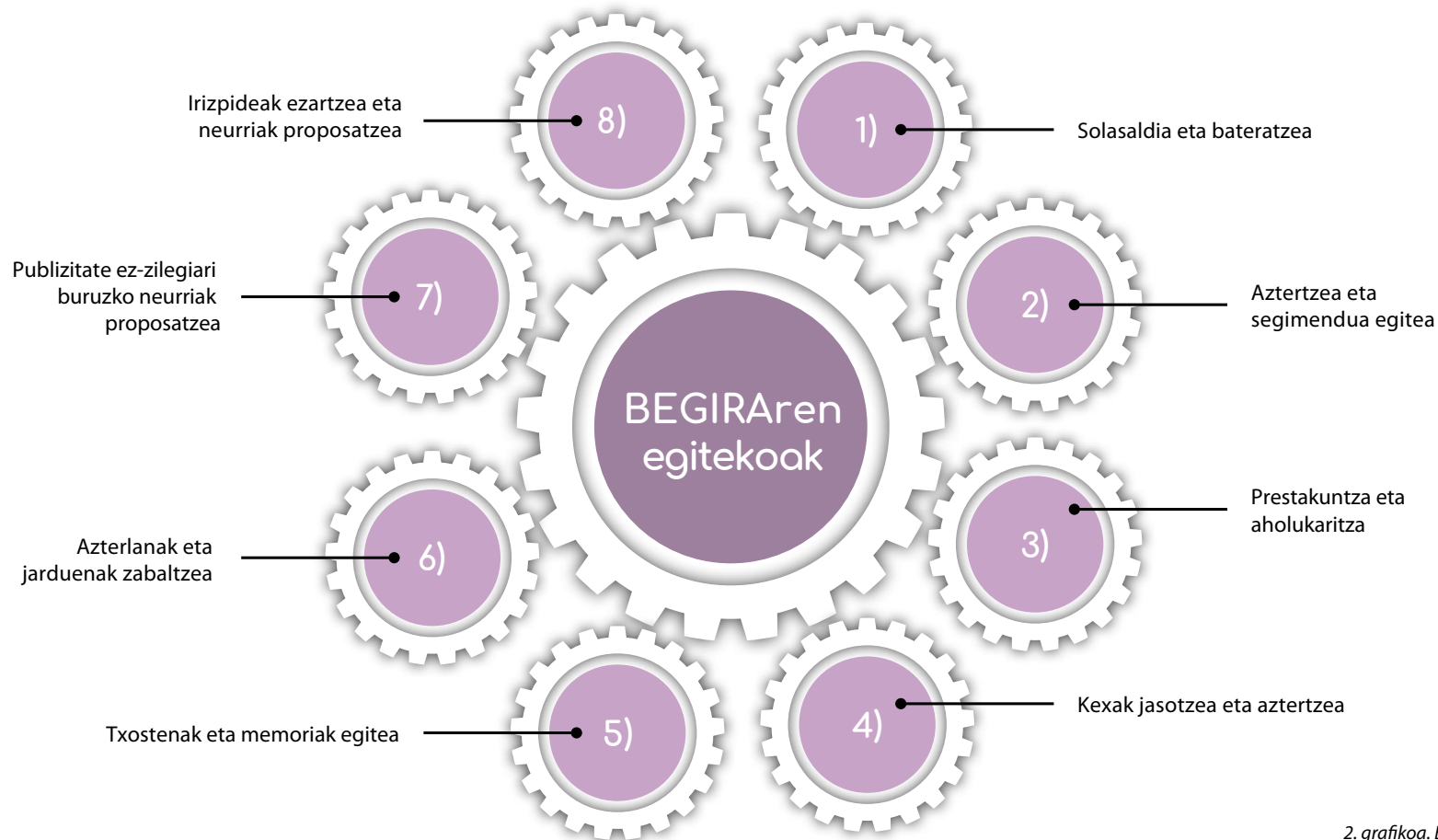
Noemi Ostolaza Arcauz.

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

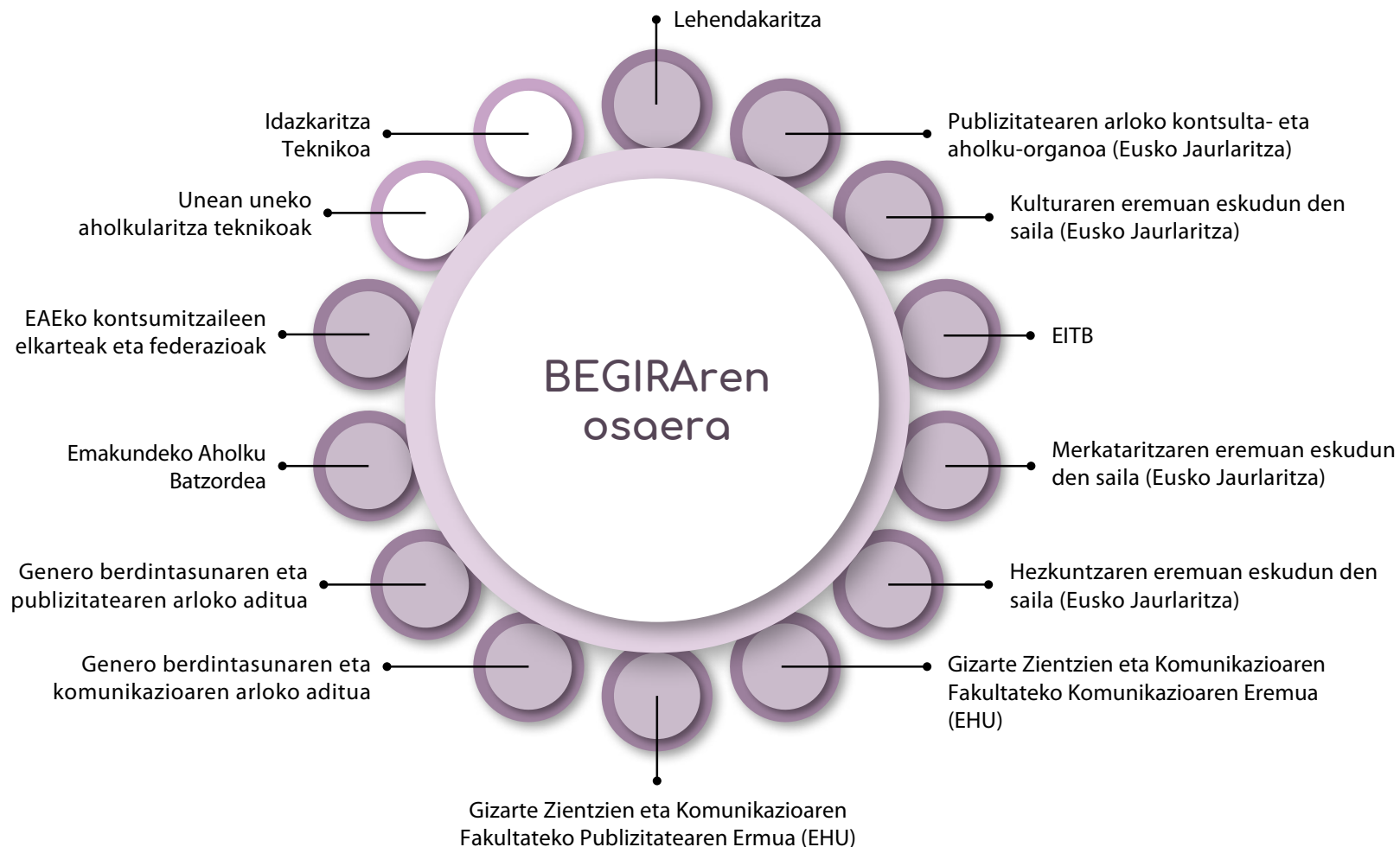
estereotipo oro desagerrarazteko. Era berean, alor horretako prestakuntza sustatuko du, eta komunikabideek emandako edukiei buruzko kode etikoak badaudela ere zainduko du; horiek emakumeen kontrako indarkeria matxistaren kasuen tratamendu egokia landuko dute, besteak beste, pertsonen aurkako sexuan oinarritutako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



2. grafikoa. Begiraren egitekoak

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 erakundearen 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:



2. grafikoa. Begiraren osaera

3. BEGIRAREN sustapena eta kudeaketa.

BEGIRA, Publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko aholku-batzordea 2023ko irailaren 27an bildu zen. 2022aren ondoren, trantsizio-urtea Batzordearentzat, hausnarketa estrategiko baten esparruan, ohiko bilera hartan, honako gai hauek azaldu ziren: egindako **aurrerapenak eta lorpenak** (Kodearen eta hiru dekalogoen baterako partaidetza, atxikitzeak, ikerketak eta monitoretzak, prestakuntza- eta sentsibilizazio-saioak, sortutako materialak, kexak bideratzeko jarraibideak, tresnak eta kanalak prestatzea), **erronkak** (sarearen funtzionamendua hobetzea, Kodea eta dekalogoak eguneratzea, Kodeari atxikitako erakundeen jarraipena hobetzea, teknologia berriein lotuta egin beharreko lanari buruz hausnartzea, nola iritsi kolektibo profesional berrietara), **aukerak** (BEGIRAREN esparrurako prestakuntzak sortzea prestakuntzako online atarian –EBE–, eta etorkizunean Berdintasun Behatokia sortzea).

2024an, BEGIRA, Publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko aholku-batzordea maiatzaren 21ean bildu zen. Ohiko bilera hartan, hiru dokumentu aurkeztu ziren: batetik, *“EAEko komunikabideetan emakumeen aurkako indarkeria-kasu berrien informazio-tratamenduaren azterketa”*; bestetik, Emakunderen webgunean BEGIRARI buruzko atala hobetzeko proposamena, eta, azkenik, 2024ko urteko lan-plana.

4. Publizitate eta komunikazio ez-sexistei buruzko ikerketak.

BEGIRA Batzordeari esleitutako eginkizunen artean, berariaz jasotzen da aztertzea ea erabilera sexistarik dagoen titulartasun publikoko eta pribatuko komunikabideetan eta publizitate-euskarrietan igortzen den publizitatean eta komunikazioan, eta horri buruzko jarraipena egitea. Bai eta egindako ikerketak eta jarduketak ezagutaraztea ere.

2023an, “EAEko komunikabideetan emakumeen aurkako indarkeria-kasu berriei buruzko informazio-tratamenduaren ikerketa” izeneko ikerketa egiten hasi zen (ikerketa horrek erantzuna ematen zion Eusko Legebiltzarrak Eusko Jaurlaritzari egindako eskaera bati), eta jarraipena eman zitzaion ziberindarkeriei buruzko “Jarri izena” gida eginda.

Ikerketari dagokionez, indarkeria matxistaren egiturazko problematikari erantzun egokia emateko beharrari erantzuten dio, eta, zehazki, komunikabideetan bi hilketa matxistari buruz egindako tratamendua aztertzen da, autoerregulazio-kodearekin bat datorren ala ez egiaztatzeko. Tresna hori oso garrantzitsua da, zalantzarik gabe, eta ondorioak, gomendioak eta lan-proposamenak eskaintzen ditu.

2024an zehar, ziberindarkeriari buruzko “Jarri izena” gida egiten jarraitu zen. Horretarako, kontraste-saioak egin ziren helburuko populazio-taldeekin, hau da, EAEn bizi diren 12 eta 16 urte bitarteko gazteekin. Saio bat lurralde historiko bakoitzeko: Bizkaia, Gipuzkoa eta Araba. Kontraste-prozesu horri esker, gida helburuko populazio-taldeari gehiago egokitzea ekarri duten ideiak eta proposamenak bildu ziren.



“Jarri izena” Ziberindarkerien gida

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

5.1. BEGIRA SAREAREN JARDUERA:

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. **kod 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. EAEn publizitate eta komunikazio ez-sexista izateko Kode Deontologiko eta Autorregulaziokoari atxikitako erakundeen Begira Sarea izeneko da.

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

2023. eta 2024. urteetan zehar, ez zen sarearen topaketarik egin, gogoeta estrategikoaren hasiera izan baitzen; horren ondorioz, ohiko jarduera eten egin zen.



Publicitate eta komunikazio ez sexistarako kode deontologikoa eta autoerregulaziokoa

6. Hedapen- eta gizarteratze-zereginak.

BEGIRaren hedapen- eta gizarteratze-lanei dagokienez, azpimarratzekoa da, 2023. eta 2024. urteetan zehar, Emakunderen atariaren barruan publizitate eta komunikabideen arloko berdintasunari buruzko atal zehatza kudeatzen jarraitu zela. Espazio horrek publizitate eta komunikazio ez-sexistari buruzko dokumentazioa eskaintzen du, eta bi alor horietan gertatzen diren erabilera sexistei buruzko kexak jasotzea ahalbidetzen. 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, kexak edozein tokitatik eta nahi denean idatzi eta bidal daitezke. Aplikazioa elebiduna da, doakoa eta Android zein IOSen erabilgarria, eta Kode Deontologikoa indarrean jartzearen ondorioz onartutako edukietara egokitu da.

2023an egin, onartu, argitaratu eta zabaldu zen BEGIRaren 2022ko Urteko Memoria, EAEko publizitateak eta komunikazioak genero-ikuspegitik duten egoerari buruzkoa eta Batzordeak ekitaldian zehar egindako jarduerari buruzkoa. Horrela, Batzordearen sorrera-dekretuan bertan jasotako agindua bete da.



Begira app

7. 2023an jasotako kexa-espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea.

BEGIRaren eginkizun nagusietako bat da komunikazio eta publizitate ez-sexistaren arloan aholkuak ematea. BEGIRAK hainbat organismo eta instituzioren kontsultak eta aholku-eskaerak jasotzen ditu, baita herritarrenak ere.

2023an, Diario Vasco egunkariak Tina Turnerren heriotzari buruz argitaratutako albiste bati buruzko aholkularitza espezializatuko kontsulta bat jaso zen. Zehazkiago, herritarrek aditu-iritzia eskatu zion BEGIRari, jakiteko ea albistearen bidez Tinaren senarrak harenganako erabilitako indarkeria “goxatzen” ote zen. Bada, artikulua aztertu zen, eta baloratu zen artikulua diskurtsoaren pisuak argi uzten zuela Ike Turner tratu-txarrak ematen zituen gizona izan zela. Gainera, artikuluan, alde batetik, emakumeen aurkako tratu-txarren errealitatea agertzen zen, eta, bestetik, Tina Turnerren ahalduntze-irudia, haren indarra eta borroka azpimarratzen ziren. Ildo horretan, komunikabidea ez interpelatzea erabaki zen.

Era berean, 2023an, hiru kexa-espediente bideratu ziren. Jasotako kexetan oinarrituta, BEGIRAK, bere eskumen-eremuen barnean, gomendio bana bidali zien egoitza soziala EAEn duten bi erakunderi. Bi gomendio horiek publizitate-dekalogoaren aplikazioan funtsatuta daude. Emakume onkologikoei zuzendutako publizitate-kartel batzuei buruzko gomendio bat helarazi zitzaion Osakidetza, eta beste gomendio bat helarazi zitzaion El Correo-ri (digitala), “La Capitana Ella, la oficial musulmana del Ejército israelí que pretende seducir al mundo árabe” letratuarekin argitaratutako albiste bati buruz. Gainera, eskumen-arrazoiengatik, Tezenis merkataritza-sozietateari buruzko kexa bat Emakumeen Irudiaren Behatokia bideratu zen (Emakumeen Institutuak kudeatzen du).

Honako hauek izan ziren erabilera sexista mota nagusiak: emakumeen gorputza objektu estetiko/sexual gisa erabiltzea, gaztetasunean oinarritutako edertasun-ereduak sustatzea eta estereotipo sexistak erabiltzea, batez ere edukiek emakumeen irudi desorekatua eta estereotipatua (biktima/objektu sexuala/ama onbera) sustatzen dutenetan.



El Diario Vasco



Tezenis



Osakidetza



El Correo

8. 2024an jasotako kexa-espedienteei buruzko ekarpenak eta kontrastea.

2024an, sei kexa-espediente izapidetu ziren. Jasotako kexetan oinarrituta, BEGIRAK, bere eskumen-eremuen barnean, gomendio bana helarazi zien egoitza soziala EAEn duten bi erakunderi. Bi gomendio horiek Publizitate eta Komunikazio Dekalogoan aplikazioan funtsatuta daude; hona hemen:

- 1.- EITBri gomendioa: ez ditzala emakumeak jarri genero-arrazoiengatik erantzun mota batzuk ematea zaila egiten zaien egoeretan.

EITBren lehiaketa batean, parte-hartzaileei haien taldeak galduz gero lehiaketa uzteko aukerari buruz galdetu zitzairen. Hiru emakume lehiaketa uzteko prest agertu ziren, eta, aldiz, gizonezko batek ere ez zuen planteatu, taldeak galduz gero, programatik alde egiteko aukera. Jarrera horiek genero-mandatuei erantzuten diete.

Emakumeen kasuan, genero-mandatuek benetako autonomia pertsonala eraikitzea zailtzen dute, haien autoestimari negatiboki eragiten diote. Horrela, “mandatu” horiek besteei emateko hezten gaituzte, geure buruari begiratu beharrean besteari begiratzen ikasten dugu, eta ez ditugu behar adina garatzen independentzia, autonomia, segurtasun pertsonala edo erabakiak hartzea bezalako alderdiak. Emakume horien uzkurtasunak telebistan ikusteak gainerako emakumeengan genero-rolak betikitzen eta indartzen laguntzen du. Argi dugu hori gizarteak duen egiturazko arazo bat dela eta EITB ez dela arazo honen errudun ezta erantzule ere, baina, telebista eragile sozializatzaile eraginkorra den heinean, uste dugu ekarpen handia egin dezakeela eredu parekideak erakusteko.

Era berean, EITBri gogorarazi genion hurrengo lehiaketetan eta gainerako programetan, saio bat antolatzen hasten den unetik beretik txertatu behar duela genero-ikuspegia txertatu, parte hartzen duten emakumeek aukera berdinak izan ditzaten eta berdintasunezkoak ez diren jarrerak zabaldu ez daitezzen. Azken finean, genero-mandatuek batzuen eta besteen parte-hartzean eraginik izan ez dezaten.

- 2.- EROSKI KOOPERATIBA ELKARTEAri gomendioa: ez dezala erabili estereotipo sexistak dituzten publizitate-iragarkirik, kexa eragin duen publizitatean erabilitako irudiak eta mezuak emakume ilehorien gaineko aurreiritzi eta sinesmen sozialetan oinarrituta baitaude.



Eroski

Gainera, eskumen-arrazoiengatik, hiru kexa Emakumeen Irudiaren Behatokia bideratu ziren (Emakumeen Institutuak kudeatua):

- 1.- VOLL-DAMM garagardoen publizitate-kanpainari dagokion kexa.
- 2.- DZANek, Bilboko Athletic-en partiduen kariatara, bere sare sozialetan argitaratu zuen iragarkia dagokion kexa (urtarrilaren 20a).
TIC-TOCek partekatutako bideoan, "De padres a hijos Puro Athletic" esaldia agertzen da. Era horretako mezuen bidez genero bakoitzarentzat tradizioz ezarritako pautak finkatzen eta sexuan oinarritutako rolak eta estereotipoak betikitzen direla iritzi zitzaion, arreta berezia jarrita adingabeengan.

- 3.- Bularrak handitzeko Clínica Dorsia klinikaren iragarkia dagokion kexa. Instagrameko tetayteta-ren profilean, honako eduki hau duen iragarkia argitaratu zen: "Hondartzen panorama hobetzeko, egin bularrak handitzeko operazio bat". Publizitatea kendu egin zuten.

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/teta-teta-solicita-retirada-lona-dorsia-reclama-mayor-regulacion-publicidad-cirugias-esteticas>

<https://www.noticiasdealava.eus/buzz-on/2024/05/10/redes-obligan-retirar-lona-aumento-de-pecho-panorama-playas-8218399.html>



Voll-Damm



Dazn



Dorsia

Era berean, **Hunkemoller markaren frankiziaren erakusleihoko irudiak aztertu ziren.** Irudi horiek Gasteizko Boulevard merkataritza-gunean daude, eta BEGIRAKo publizitate eta komunikazio ez-sexista erabiltzeko aholku-batzordeari bidali zaizkio. Adituen iritzia jaso ondoren, ondorio honetara iritsi ginen:

- Hunkemoller marka holandarra, beti ere bere web-orrian agertzen denaren arabera, lentzeria finaren arloan liderra da, eta bere diseinuak glamour, joera, dotorezia eta estilo eginak daude, kalitate handienarekin. Hauek dira bere produktuak: bularretakoak, Push Up bikiniak, kulero sexi eta femeninoak, pijamak, picardiak eta kirol arropa (...).
- Publizitatearen eremuan, Publizitateari buruzko azaroaren 11ko 34/1988 Lege Orokorren arabera, hau lege kontrakoa da (3. art.):

«a) Pertsonaren duintasunari eraso egiten dion edo Konstituzioan aitorturiko balio eta eskubideak —bereziki haren 14. eta 18. artikuluetan eta 20.aren 4. zenbakian aipaturikoak— urratzen dituen publizitatea. Aurreko aurreikuspen horretan sartutzat joko dira emakumeak modu umi-liagarrian zein diskriminatzailean agertzen dituzten iragarkiak, dela bereziki etazuzenean haien gorputza edo haien gorputzaren zatiak objektu huts gisa erabi-liz, sustatu nahi den produktuarekin loturarik ez dutelarik, dela haien irudiagure ordenamenduaren oinarriak urratzen dituzten jokabide estereotipuekin lotuz, hartara lagunduz Genero-indarkeriaren aurka babes osoarri buruzko 2004ko abenduaren 28ko 1/2004 Lege Organikoan aipaturiko indarkeria sortzen. (...)».

Eskuartearen dugun kasuan, erakusleihoak saltzen dutena islatzen du, saltzen denaren eta erakusleihoaren artean harreman edo lotura zuzena dago. Manikien posizioari dagokionez, ordea, merkataritzari kexa helarazi zitzaion.

8.1. 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 issue, and contact information.



EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

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

