

## "Komunikabideak hezkidetzaren ikuspegitik"

ANDREA MOMOITIO

Komunikabideek duten erabilgarritasuna entretenimendutik edo audientziari ematen dioten informaziotik askoz harago doa: telebistak eragina du munduarekiko dugun jarreran. "Jarrera" esaten diogu norberak aurrean dituen egoeren aurrean erantzun sinbolikoak sortzeko duen jarrerari. Jarrerak, kasu honetan, telebista lantzen ari den gai bati buruz ikusleak zer pentsatzen duen adierazteaz gain, nola hautematen, baloratzen eta errespetatzen duen ere adierazten dute.

Telebistari buruzko azterlan batek ziurtatzen du telebistak Estatu Batuetako herritarrak nahas ditzakeela beren herrialdearen eta Italiaren arteko benetako distantzietatik [hautatutako herrialdeak adibide soilak dira], herrialde horri buruzko informazioa modu sistematikoan soilik emanaz. Komunikabideek errealitatea sortzen dute, erreproduzitu edo bi gauzek?

Komunikazioa ez da, ezta gutxiago ere, naturala. Testuinguru historiko eta kultural bakoitzean aldatzen da. Komunikabideek mezuak sortzen dituzte, eta horiek, aldi berean, berriz ere hartzaileek eraikitzen dituzte.

Mezu horiek jasotzeko hiru modu daude:

1. Irakurketa nagusia: komunikabideak entzuleengana iristea nahi duen irakurketa onartzen duten hartzaileak.
2. Irakurketa negoziatua: hartzaileak ez dira igorlearen klase soziokultural berekoak, eta ez datoz bat hedabideak nahi duen irakurketarekin. Adibidez: friends. Serie estatubatuarra da, esperientzia oso zehatza duten pertsonaiekin. Ikusi eta gozatu dezakezu, baina jakinda ez duela zerikusirik zurekin.
3. Oposizioaren irakurketa: hartzaileak igorlearen antitesia dira. Ez dute mezua onartzen. Estatu espainiarrean, beharbada, La que se avecina delakoarekin pasa da. Produktu guztiak beste edozein modutan jaso daitezke.

## ANDROZENTRISMOA ETA BESTE IPUIN BATZUK

Komunikazio-espazioen monopolio batera ohituta gaude gorbata duten jaun-andreen aldetik: boterea duten gizon zuriak, albisteetan protagonista direnak eta haiek interpretatzen dituztenak. Ohituta daude emakumeak ikusezin bihurtze hori oharkabean igarotzen dela. Telebistan, emakumeek desira-objektu gisa irudikatzen jarraitzen dute, eta gizonek eskubideen subjektu gisa; publizitatean, guk garbitzen dugu eta haiek jolasten dute; kirol-prentsan, mutilek izerditan ibiltzen dira eta kuxean ibiltzen dira; guk hanka luzeak janzen eta argitzen ditugu.

Transgresio feministaren hiztegian, honela definitzen dute androzentrismoa: "Sexismoaren adierazpenetako bat, gizon gizonezkoa gizakiaren prototipo edo eredutzat hartzean datzana, eta gizateriaren ikuspegizat hartzean datzana. Sexismo modu horretan, gizona eta maskulinoa giza esperientziaren erdigunetzat hartzen dira, eta emakumea eta femeninoa, berriz, bestea edo espezifikoa eta partikularra ".

## NORK ERABAKITZEN DU ZER DEN BERRIA ETA ZERGATIK?

Komunikabideek lehentasuna ematen al diete hauteskunderi, ustelkeriari eta futbolari, hori delako jendeari interesatzen zaiona, edo iritzi publikoak lehentasunezko gaitzat hartzen ditu gai horiek, komunikabideek protagonismo handiagoa ematen dietelako?

Isabel Menéndez Menéndez esanetan, "Kazetaritzaren jarduna, laburbilduz, errealitateko egitateak hautatu eta hierarkizatze zeregina da, eta, praktika profesionalen bidez, albiste bihurtzen dira". Komunikabideek albisteak sortzen dituzte, albiste zer den erabakitzen dute. Gaien informazio-ezarpenaren teoriak, agenda setting anglizismoak ezagutzen duenak, korrelazioa adierazten du komunikabideek gai ematen dieten garrantziaren eta iritzi publikoan duten eraginaren artean, "Komunikabideetan argitaratzen ez dena, ez da existitzen" esaldian laburbilduta. Ez hori bakarrik: komunikabideetan ateratzen ez badira, ez da existitzen. Komunikabideek modu batean irudikatzen bazaituzte, horrela izango zara sozialki.

## ZER GERTATZEN DA, BERAZ, EMAKUMEEKIN KOMUNIKABIDEETAN?

1995az geroztik, bost urtean behin, eta emakumeek komunikabideetan duten ikusezintasuna aztertzeko beharra dela eta, mundu mailako azterlan bat egiten da, mundu osoko komunikabideetan gizonak eta emakumeek duten irudikapena aztertzeko: hedabideen Monitorio Globala. Estatu espainiarraren azken txostenean, 2015ean argitaratutakoan, zifrek tamalgarriak izaten jarraitzen dute. Emakumeak subjektu eta iturri guztien % 28 baino ez dira prentsako berrietan eta irrati eta telebistako albistegietan, eta % 33 egunkari digitaletan eta Twitterren. Ehuneko hori Europako batez bestekoa (%26 eta %25, hurrenez hurren) baino zertxobait handiagoa da. Aurrerapen txiki bat ere esan nahi du, 2010eko azterlaneko datuekin alderatuta; izan ere, prentsa, irrati eta telebistako berrietan emakumeak guztizkoaren % 23 ziren.

## INDARKERIA ETA KOMUNIKABIDEAK: INDARKERIA SINBOLIKOA

Ez da indarkeria zuzenaren modu bat, munduaren ikuspegia inposatuz gertatzen dena baizik. Egiturazko indarkeria da, sistema patriarkalari eusteko balio duena, gizonen nagusitasuna emakumeen aurrean ezartzen duena. Gizarte baten egitura guztietan (politikoak, ekonomikoak, sozialak eta kulturalak) ugaltzen da, eta hedabideetan hedatzeko kanal perfektua aurkitzen du. Nola erreproduzitzen da indarkeria sinbolikoa komunikabideetan? Sexismoa eta desberdintasuna.

Sexismoa emakumeek gizonetikiko pairatzen duten diskriminazio- eta desberdintasun-mekanismo bat da. Gizonak eta emakumeak bereizten dituzten jarrerak eta jokabideak dira, eta gudan gutxien baloratzen dena uzten dute. Emakumeak gutxiagotasun- eta mendekotasun-egoeran mantendu nahi dituzten jarrerak eta jokabideak. Segur aski, sexismoa da komunikabideetan gehien agertzen den desberdintasun-mekanismoetako bat.

Aldaketetara egokitzen da.

## ZERTAN OINARRITZEN DIRA DESBERDINTASUN HORIEK? GENERO-ESTEREOTIPOAK

Genero-rolak sexu jakin bat duten pertsonentzako gizarte-portaera egokiei buruzko betebeharren, onarpenen, debekuen eta itzaropenen multzoa dira. Zer gustatzen zaizu jolastea eta norekin ezkonduko zara?

Ideal maskulinoaren edo femeninoaren tipifikazioa estereotiporaino araupetzen da, nahiz eta garapen indibidualean etorkizuneko emakumeak edo gizonak aukera pertsonal bat egin bere generoari dagozkion balioen multzoaren barruan. Batzuek, gainera, saltatu egiten dituzte, baina "zigor" soziala oso altua da. Oso errotuta daude, eta generoaren oinarri biologikoen adierazpentzat hartzen dira. Genero-rol horiekiko haustura indarkeriaren, etsipenaren eta desberdintasunaren iturri da.

### 'PITUFINAREN PRINTZIPIOA'

Pertsonaia femenino bat bakarrik agertzen den filmak aztertzeko terminoa (ahalik eta modu estereotipatuenean karakterizatuta)

1. Gutxienez bi emakume daude zintan?
2. Elkarrekin hitz egiten dute?
3. Gizona ez den zerbaiti buruz hitz egiten dute?

### IKUSEZINTASUNA ETA GENERO-ROLAK, BAINA, ZER BESTE ELEMENTUK SUSTATZEN DUTE INDARKERIA MATXISTA?

- Maitasun erromantikoaren mitoa:
  - Benetako maitasunak ahal duen guztia
  - Benetako maitasuna aldez aurretik bideratzen da
  - Maitasunak erabateko entrega eskatzen du
  - Jabetza eta eskusibotasuna da

- Sexu-izua (sexualitatearen ikuskera oso mugatua, derrigorrezko heterosexualitatearen barruan). Nerea Barjolak duela gutxi garatutako kontzeptua: *boterearen mikrofisika sexista: Alcásser-en kasua eta sexu-beldurraren eraikuntza*. El papel de Internet en la propagación del terror sexual. Sexting eta gaur egun emakumeek pairatzen dituzten beste indarkeria mota batzuk. "Ez zoaz bakarrik etxera" eta "ez igo argazkirik Facebookera"

## INTERNETEK DENA ALDATU DU: AHALDUNTZE-ESPAZIO BAT?

Sare sozialek eta Internetek intimitatearen, komunikazioaren, sexualitatearen, adiskidetasunaren eta desioaren kontzeptuak aldatu dituzte, dena aldatu dute. Indarkeria matxisten zenbait modu sortzen diren espazio bat da, baina ahalduntze-espazio bat ere bada, hainbat arrazoiengatik:

- Generoaren eten digitala murriztea kuantitatiboki
- Mezu feminista adierazteko eta zabaltzeko espazioa
- Baliabideak eta erreferenteak modu positiboan
- Gazteak animatzea diskurtsoa sortzera, antolatuzera,
- Egunero bizi dituzten jazarpen- eta indarkeria-egoerak.

Badaude arrazoiak Interneten potentzialean sinesteko, baina teknooptimismo handi batetik eramaten utzi gabe. YouTube fenomenoak (orain, agian, Instagram) genero-estereotipoek ere josita dago. Influencer-ak gamer-ekin alderatuta, adibidez.

## ZER EGIN DAITEKE HORREN AURREAN?

1. Youtuber kulturaren potentziari balioa ematea, adierazpen-, eztabaida- eta ahalduntze-plataforma gisa
2. Kontsumo kritikorako laguntza

3. Alternatibak ikusaraztea: feministak, LGTBI eta queer
4. Youtuber kulturaren inguruko hezkuntza-proiektuak, ikus-entzunezkoak.
5. Gizarte gisa begirada kritikoa garatzea
6. Produktuen kontsumoa sustatzea ikuspegi kritiko horrekin eta egungo kodeekin
7. Sareak ezartzen duen erritmo berria ulertzea. Ez frustratu.
8. Inbertsioaren araua aplikatzea, zerbait sexista den ala ez zalantza izanez gero.
9. Zapalkuntza historikoko sistema bat ekintza txikiekin konpontzen saiatzen garela eta erraza ez dela ulertzea