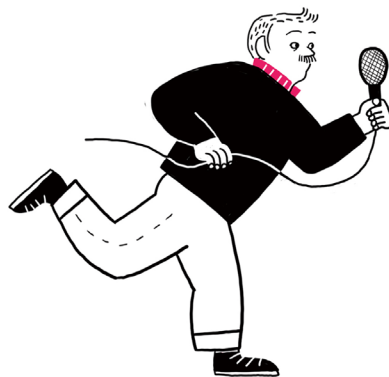


KOMUNIKAZIO PAREKIDERANTZ KAZETARIENTZAKO ESKULIBURUA



ARRASATEKO UDALA
AYUNTAMIENTO DE MONDRAGÓN
EMAKUME SAILA



emakume
txokoa

goiena[“]
KOMUNIKAZIO TALDEA

KOMUNIKAZIO PAREKIDERANTZ KAZETARIENTZAKO ESKULIBURUA

SS-1228-2015

Egilea: ARANTZA SANTESTEBAN

Arrasateko Berdintasun Sailaren Proiektua

Goiena Komunikazio Taldearekin elkarlanean



AURKIBIDEA

01	SAR HITZA: ARRASATEKO UDALA	06.or	06	SEXISMORIK GABEKO KOMUNIKAZIOA	24.or
02	SAR HITZA: GOIENA KOMUNIKAZIO TALDEA	08.or		ALBISTE EGOKIAK SORTZEKO GIDA PRAKTIKOA	25.or
03	SAR HITZA: ARANTZA SANTESTEBAN	10.or		ALBISTE EGOKIAK SORTZEKO OINARRIZKO GOMENDIOAK	27.or
04	KOMUNIKAZIO PAREKIDERANTZ. KAZETARIENTZAKO ESKULIBURUA	12.or		• Informazioaren bilaketa, eraikuntza eta hedapena	27.or
	ZER AURKITUKO DUZU LIBURU HONETAN?	13.or		• Hizkuntza ez-sexista: aldaketarako tresna	30.or
	ZERGATIK HORRELAKO ESKULIBURU BAT?	14.or		• Irudia eta boterea	32.or
	HEDABIDEAK ERREALITATE EKOIZLE	15.or		KOMUNIKAZIO PAREKIDERAKO NEURRI ZEHATZAK	34.or
	KOMUNIKAZIO SEXISTA	16.or		• Estilo liburuari orokorrean dagozkionak	34.or
05	ANDROZENTRISMOAREN AJEAK	18.or		• Indarkeria matxistaren trata era	35.or
	ANDROZENTRISMOA	19.or		• Emakumeen agerikotasuna	38.or
	KUSEZINTASUNA	20.or		• Estereotipoak gainditu	39.or
	ESTEREOTIPOEN ETA GENERO ROLEN ERABILERA	22.or		• Argazkiak, ilustrazioak, bideoak	40.or
				• Kirolak	41.or
			07	INTERESEKO LOTURAK	42.or
			08	BIBLIOGRAFIA	44.or
			09	ERANSKIN 1. EMAKUNDEK, BEGIRA BATZORDEAREN BIDEZ, MEDIOEKIN ETA PUBLIZITATE AGENTZIEKIN EGINDAKO KODE DEONTOLOGIKOA, 2015.	48.or

SAR HITZA: ARRASATEKO UDALA

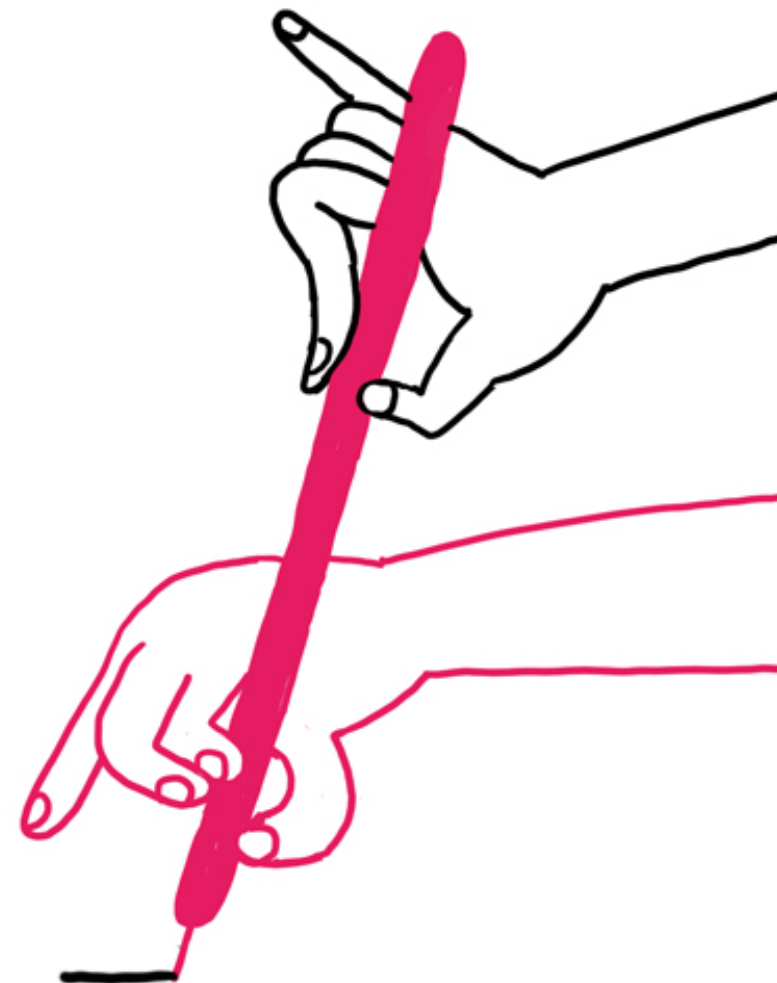
Badira hamabost urte pasata komunikazio munduan, publizitatean, zein kazetaritzan, emakumeen eta gizonen berdintasunaren eta emakumeen aurkako indarkeriaren arloko legedia sortua dagoela. Era berean gizarteak heldutasuna erakusten du genero trataera egokirako aurrera pausuak emateko prest dagoela, baina eraso bakar bat existitzen den bitartean banakako zein taldeko lana berdintasunaren alde beharrezkoa dela argi dugu.

Bide honetan, Arrasateko Udalak genero trataera egokirako hartzen dugun konpromezuaren isla, proiektu honek aurrera egin dezan, berdintasunerako urrats bat izan nahi du. Eragile pribatu zein publikoen elkarlana bide honetan ezinbestekoa da eta orri hauetan aurkitu ditzakegun gomendioak guztiz erabilgarriak izango dira bai komunikazio munduan eta baita ere guztion egunerokotasunean.



ARRASATEKO UDALA
AYUNTAMIENTO DE MONDRAGÓN
EMAKUME SAILA

Maria Ubarretxena Cid
Alkatea
Arrasateko Udala



SAR HITZA: ZAPIA BURUAN ETA IBILI MUNDUAN

Urteak daramatzagu gaiarekin kezkatuta. Esaterako, badira hiru urte titular hau atera genuela: “Lehen aldiz aurkeztu eta errekorra eginda, Maite Maiora Alohian irabazle”. Alohian Igoeran bazegoen gizonezko bat denbora hobea egin zuena, baina marka jarri zuen emakumeen kategorian Maite Maiorak. Horri eman zion garrantzia kazetariak. Eztabaidatu genuen, bai, eta, ordutik hona milioika letra idatzi baditugu ere, eztabaidek jarraitzen dute, zorionez, gure erredakzioan. Eztabaida-lapiko bat da erredakzioa, kazetaritzaren onerako.

Harrezkero, ikastaro bat egin genuen Goienan gaiok lantzeko. Arantza Santestebanek lagundu zigun hainbat egunean. Zorte onekoak gu. Kazetarien iritziak Arrasateko Emakume Txokoaren bitartez antolatutako ikastaroaz: “Oso praktikoa, sakontzea merezi duen gaia, zalantzak argitu eta zalantzak gehitu dituen kurtsoa, kontzientziazio saioa, praktikara eraman beharko da landutakoa...” .

Ikastaroaren jasotzaileen iritziei eta enpresa honek duen ardura sozialari eutsiz landu dugu Generoa eta hedabideak gaia. Zuzendaritzak bi helburu izan ditu: eskuliburu bat izatea, lankide guztiondako faro izan dadin; eta, hori daukagunean, prestakuntzarekin lagundu eta profesionaltasunez eta arduraz erantzun ahal izatea gure jardunean.

Pentsa lezake norbaitek Goienako lankideen %61 emakumeak izanda –barkideen %64–, zuzendaritza postuetan %60, merkataritza eta administrazio sailean %71, erredakzio kontseiluan %75... berez letorkigukeela informazio guztia modu parekidean lantzea; bada, ez. Kontziente gara euskararen egokitasunean lupa jartzen jarraitu beharko dugun legetxe segitu beharko dugula betaurreko graduatuak izaten generoari dagokionez.

Esku artean daukazuna Goiena Komunikazio Talderako erreminta bat da. Lagunduko digu

more koloreko betaurrekoen graduazioa egokitzen, jakin-jakinekoea baita Goiena sortu zenean edo orain generoa lantzeko jokamoldea egokitzen joan garela, geure hutsuneak antzematen eta mugimendu feministen lanetik ikasten.

2007an hasi ginen Estilo Liburuarekin funtzionatzen, eta arau deontologiko horien osagarri izango da eskuliburu hau. Hau ere eredu multimediar pentsatua, eta, letrei bakarrik ez, irudiari ere erreparatzen dion edukia, Interneten sasoian gaudela ahaztu barik. Zertarako? Komunikazio parekidea lortzeko.

Liburuxka hau garrantzitsua izango da Goienaren egunerokoan. Hala ere, denon eskura jartzeak badu garrantzia; izan ere, gertukoa, tokikoa, eskualdekoa, mundukoa, azal daiteke bai txapela jantzita, eta, zelan ez, zapiarekin buruan.

goiena[“]
KOMUNIKAZIO TALDEA

Iban Arantzabal Arrieta
Zuzendari nagusia
Goiena Komunikazio Taldea

SAR HITZA: ARANTZA SANTESTEBAN

René Magritte margolariak pipa baten koadro hiperrealista egin zuen aspaldi. Marrazkiaren azpian honakoa idatzi zuen: “Hau ez da pipa bat”. Jendearen berehalako erreakzioa esaldia arbuiatzea izan zen; agerikoa zen, pipa bat zen. Margolariak orduantxe hitza hartu eta argigarriki azaldu zuen artelanaren funtsa: “Ikusten dena ez da pipa bat, ikusten dena pipa baten marrazkia da”.

Mundu ikuskera eta pentsamoldea agerikoak diren elementuekin eraikitzen ditugu. Egunerok kontsumitzen dugu dozenaka albiste errealitatearen berri eman nahi dutenak, benetakoa den hori erakutsi nahi dutenak. Gerra eta bakea esaterako, fotogramaz eta tekleatutako hitzez kontaktzen zaizkigu. Alabaina, gaur badakigu gerra ez dela halabeharrez bonba hotsekin egiten eta sarritan leherketa soinuek gehiago dutela bakearena.

Parekidetasunarekin antzeko zerbait gertatzen da. Gaur egungo gizartea emakume eta gizonen arteko berdintasunean oinarritzen dela esaten duen ustea gero eta hedatuago dago. Horrek ordea, ekarri beharko luke emakume gehiago ez erahiltzea, pobrezia tasak emakume izenik ez izatea, emakumeen eta hauen gorputzak etengabeko esplotaziopean ez egotea... Tamalez, ez da horrela. Berdintasunaren ideiak bizi gaituen honetan akaso, honako orri-oina jarri beharko genioke egunotako koadroari: “hau ez da gizarte parekide bat, hau gizarte parekide baten irudia da”.

Horrenbetez, kazetariaren lana ez da samurra, agerikoa den hori kontaktzea ez delako nolanhiko ariketa. Errealitatea deituriko horrek beti dauka norberaren begirada atzean, norberaren fikzioa oinarri. Horregatik, ahalik eta zehaztasun handiarekin

informatzea da gaur kazetariarentzako erronka. Zorionez, bada horretan kezka daukan teknikari eta profesional andana komunikazio parekiderantz urratsa eman nahi dutenak. Horretara dator eskuliburu hau hain zuzen ere: emakume eta gizonen artean patriarkatuak eragiten dituen egoera bidegabeak antzeman, kontatu eta begirada berriak osatzera.

Nire eskerrik beroenak Arrasateko Emakume Txokoari eta Goiena Komunikazio Taldeari.

Arantza Santesteban

Idazlea

“Komunikazio Parekiderantz” liburuaren egilea

KOMUNIKAZIO PAREKIDE- RANTZ

ZER AURKITUKO DUZU LIBURU HONETAN?

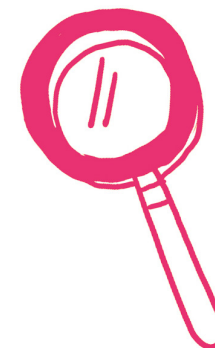
Liburu honek komunikazioaren mundu zabalean lanean dauden profesionalentzako bide orria izan nahi du. Bitarteko bat generoaren aldagaia kazetariaren zereginetan zeharlerro gisa txertatu dadin. Alabaina, ez du esan nahi eskuartearen duzuna formula magikoa denik; komunikazio parekidea lortze bidean gizarte osoaren konpromezua beharrezkoa da, baina kazetariaren lana errazten eta hobetzen lagunduko duen gomendioen zerrenda aurkituko duzu hemen.

Lehenengo atalean, komunikazioari buruzko edukiak azaltzen dira. Zentzu horretan, hedabideek errealitatearen ekoizpenean duten ardura azpimarratzen da. Horrekin batera, liburu honen funtsa den komunikazioa eta sexismoaren arteko harremanaren inguruan zertzelada batzuk ematen dira.

Bigarren zatian, atal praktikoa aurkituko duzu, kazetariaren eguneroko lanerako lagungarri izango den bide orria. Bertan aurkituko duzu batetik, informazioaren eraikuntza prozesuan hasieratik bukaeraraino genero aldagaia barneratzeko urrats sorta. Bestetik, hizkuntzaren erabilera buruz, zehazki, euskararen erabilera ez-sexistari buruz, gomendioak ekarri dira orrialde hauetara. Horrekin batera, komunikazioan gero eta indar handiagoa duen irudiaren erabileraren inguruan beste hainbeste hausnarketa eta aholku izango dituzu.

Atal praktikoarekin bukatzeko, herrialde ezberdinetako Estilo liburu eta eskuliburuetan aztertu neurri praktikoen bilduma aurkezten da. Atalez-atal aukeratu dira egunerokoan kazetariarentzako eraginkorrak izan daitezkeen neurriak. Hauek guztiak komunikazio parekidea lortzeko neurri zehatzak dira.

Azkenik, Emakundek, Begira batzordearen bidez, medioekin eta publizitate agentziekin egindako Kode Deontologikoa erantzen da. Inportantea deritzogu azken urteetan Euskal Herrian komunikazioaren eremuko eragileen artean egin den ariketa osatuena delako. Profesionalen eta erakundearen aldetik gaiarekiko kezka badagoela erakusten du horrek eta ahalegin horren emaitza da aipatu Kode Deontologikoa.



ZERGATIK HORRELAKO ESKULIBURU BAT?

Igandeko edizio batean egunkari batek hirurehun mila hitz eta berrehun irudi baino gehiago publikatu ditzake. Ez da nolana hiko kopurua kontutan hartzen badugu hitzek eta irudiek imaginario kolektiboak sortzen dituztela, gaur inoiz baino gehiago (LOPEZ DE LA VIEJA, 2000). Era berean, azken hamarkadetan egin ikerketek behin eta berriz frogatzen dute komunikabideek duten eragina pertsonen pentsamolde eta erabakien taxueran. Horregatik, jardun komunikatiboaren gainean arreta jartzea ezinbestekoa bilakatu zaigu gizartearen demokratizazioaren aurrerabidean urratsak eman nahi baditugu.

Bide honetan, hedabideentzako Estilo liburuak eta gisa honetako eskuliburuak gero eta maiztasun handiagoarekin publikatzen ari dira. Hortaz, esan dezakegu informazioa ekoizten den gunetan ohikoa dela barne funtzionamendurako tresnen artean Estilo liburu edo informazioaren trataerari buruzko gomendioen bilduma bat aurkitzea. Esan bezala, hitzen zein irudien etengabeko jarioak hauen erabileraren inguruko neurriak hartzera behartzen gaitu ezinbestean.

Zehazki, gomendioen bilduma hauek, izan Estilo liburu edo eskuliburu, hedabideetan lan egiten duten profesionalak jarraitu beharreko neurriak biltzen dituzte. Neurri handi batean,

irizpide hauetan oinarritzen dira kazetaritzaren praktikaren arau deontologiko orokorrak. Azken urte hauetan ordea, hedabide batzuetan arreta berezia jartzen hasi da orokortasun horren barruan genero aldagaia kontutan hartzeko. Gizartearen egitura ardatz askok zeharkatzen badute, horietako garrantzitsuenetako bat baita generoarena.

Kezka horren guztiaren emaitza da esku artean duzun liburua. Komunikazio parekideago bat lortzea helburu duten gomendioak eman nahi dira. Kazetaritzaren langintzari, profesionaltasunez eta arduraz erantzun ahal izateko beste tresna bat hain zuzen ere.



HEDABIDEAK ERREALITATE EKOIZLE DIRA

Informazioaren hedapena ez da inoiz ariketa neutro bat izan. Komunikabideek etengabe ekoizten dute lengoia eta irudia errealitatea deituriko hori transmititzen saiatzeko. Baina gauzak nola ikusi, nola kontatu eta ze tresnen bidez egin, norberaren subjektibitatearekin zerikusi zuzena duen zerbait da. Hortaz, xalografia da kazetaritzan objektibotasun erabatekoaz hitz egitea.

Errealitatea ez da argazki finko eta objetibo bat. Ez da gertakizun neutral bat, egituratzeko konplexu baten emaitza baizik. Errealitatea gertatzen zaizkigun gauzen inguruan egiten dugun irakurketa partekatua da. Irakurketa hau ordea, aurrez finkaturiko adostasun sozialek ezartzen dituzten balioen sistemen arabera eraikitzen da. Gertatzen zaizkigun gauzak ez baitira ezer testuingururik gabe. Adibidez, demagun eszena batean irakasle bat ikusten dugula haur bat jotzen. Zer esanahia du horrek gaur egun? Eta duela 40 urte? (ESKISABEL, 2014). Argi dago beraz, errealitatea egoera eta garaia arabera ezberdin interpreta daitekeen zerbait dela. Eraikitako begiradek osatzen dute tokian-tokian, garaian-garaian.

Horregatik esan dezakegu errealitatea zer den hiru elementu nagusien arabera definitzen dugula: zentzu komunaren, balioen sistemaren eta egiaztatze gailuen bidez ("appareil de vérification", Foucault).

Egiaztatze gailuak, garai bakoitzean egiazkotasuna sortu eta ezartzen dutenak dira. Ez dezagun ahaztu, "egia"¹ ere eraikuntza kultural eta politikoa dela. Erdi Aroan, adibidez, erlijioak eta teologiak ezartzen zuten benetakoa zena. Aro Modernoan berriz, zientzia eta arrazioa izan ziren horren ardura izan zutenak, eta horren zerbitzura sortu ziren eskolak, ospitaleak edo fabrikak. Gaur egun ordea, hipermodernitatean edo postmodernitatean, komunikabideak eta sare sozialak dira ideologia hegemonikoa barreiatzeko funtzioa betetzen dutenak. Horregatik komunikazioak garrantzi nabarmena hartu du eta hartuko du etorkizunean, azterketarako kategoria gisa eta baita ekintzarako esparru bezala ere.



¹ Testua zehar "errealitatearen" eraikuntzari buruz hitzegiten da. Errealitatea, testuingurua eta egia, kontzeptu ezberdinak badira ere, kasu honetan balioide gisa jartzen dira, azken batean, errealitatea hori bera baita: testuingurua eta egiaren arteko harreman etengabe bat.

KOMUNIKAZIO SEXISTA²

Komunikabideek ezartzen dute errealitatea ehuntzeko aipatu den tresneria konplexua, eta katebegi horren azken hartzaileak pertsonak dira. Modu konziente edo inkonzientean guztiok bihurtzen gara errealitate saretu horren ehule. Alabaina, guztiok ez gara ekoizle neurri berean. Botere harremanek zeharkatzen dituzte harreman sozial, kultural eta politikoak, eta pribilegio egoeran daudenak dira eragin ahalmen handiena dutenak.

Zentzu horretan, komunikazio taldeetako zuzendaritza karguetan desoreka hori nabarmena da, esate baterako, aginte postuen gehiengo zabal bat gizonak osatzen dute. Komunikabide orokor batzuetako webguneak aztertuta PRISA-n bi emakume daude zuzendaritzako hamazazpi kideren artean. VOCENTO taldean, emakume bakarra dago hamalau kontseilarien artean. Lau emakume osotara EFE Agentzian hamabiko taldean. Euskal Herrira etorrira, datuek egoera orekatuagoa erakusten badute ere, oraindik urratsak eman behar dira botereguneen parekidetasunerantz. BERRIAren kasuan, erredakzio kontseiluan emakume bakarra dago eta sailen koordinazioan zazpitik bi dira emakumeak. GARA-NAIZen kasuan, zuzendaritza taldean bi emakume daude eta sailetan zortzitik bost daude emakumeen esku. Azkenik, GOIENA Komunikazio Taldean zuzendaritzako bost kideetatik hiru emakumezkoak dira eta bi gionezkoak. Horretaz gain, erredakzio Kontseiluan lautik hiru dira emakumezkoak.

Esan gabe doa emakumeak egoteak ez duela, berez, erredakzio bat sexismorik gabeko informazioa ekoizten duen gune bihurtzen. Hori lortzeko borondate politikoa beharrezkoa da eta horren arabera prozedurak zehaztea ere bai. Baina kasu gehienetan zuzendaritza postuetan dagoen gizon eta emakumeen arteko desoreka nabarmen horrek erakusten du ardurak banatzeko oraindik ere gizarte sexistak eragin eragiten duela.

Bizi gaituen sistema patriarkalean, dominazio harremanek markatzen dute araua, hegemonikoak ez diren identitateen bazterketan oinarrituz. Emakumeak, identitate sexual ez normatibokoak, ekoizpen bideen jabe ez direnak, hegemonikoak ez diren kulturak, hizkuntzak, herriak... erabaki organo nagusietatik kanpo geratzen dira.

Komunikazioan estrategia ezberdinak erabili izan dira emakumeen partehartze, ordezkartza eta agerpena baldintzatzeko. Hala, populazioaren erdia diren emakumeen ikusezintasuna eta hauen gaineko iruditegi interesatuaren eraikitzea, demokratikoa ez

² Sexismoaz ari garenean Amaia Alvarez-ek erabilitako definizio honetaz arituko gara: Sexismoa nolako sexua halako tratamendua ematean datza, ezaugarri ezberdinak irudikatzea gizonentzat (adimenari lotuak) eta emakumeentzat (estetika); emakumea deskalkifikatzeko aipatzea (aipu iraingarriak emakumezkoen edota berauei aitortzen zaizkien balio, portaera eta jarreraren aurka) eta abar.

den jardunarekin lotzen dugu zuzenean gaur egun. Horretarako, komunikabideek ohiko errutinen artean integratu dituzte segidan aipatuko diren hainbat portaera.

Boterea bortxazko formekin lotzen badugu ere askotan praktika askoz zoliagoa izaten da. Izendatzea, definitzea eta kategorizatzea da komunikazio talde handiek duten botere ariketarik indartsuenetako bat.

Bestalde, emakumeen identitateari dagokionez, besteekiko duten harremanaren baitan eraikitzen da gehienetan, bereziki familiari eta amatasunari lotuta agertuz eta gutxitan modu autonomo eta agentziadun batean. Emakumeak irudikatze modu honek, erreal edo egiazko bihurtzen du emakume eredu jakin bat, amarena, betiereko zaintzailearena, espazio pribatura dedikatzen denarena. Beste hainbeste kasutan, emakumea ez irudikatzea izan ohi da menpekotasun hau irudikatze modua, ikusezintasunaren logika aplikatuz.

Komunikabideek ere ardur handia dute emakumearen eta gizonaren kategorien eraikuntzan. Modernitatearekin³ indartzen da emakume/gizon banaketa jendea sailkatzeko oinarri gisa, eta horrek guztiak genero sistema ulertzeko modua zeharkatzen du. Emakume/gizon dikotomia, bien arteko ezaugarri kontrajarrien eraikuntza eta honen guztiaren naturalizazioa dira ikusegi honen arauak. Norbera bere ezaugarriekin: arrazoa,

indarra, emozioa, zaintza... Zentzu honetan gizona eginbehar batzuetan ariko da halakoa delako, eta emakumea halakoa delako ere bai, posizio subordinatuan egongo da. Iruditegi horren bidez, era berean, gizona zein emakumea boterearen arabera espazioan erakusten dira. Gizonak, espazio publikoan, emakumeak espazio pribatuan.

Funtsean, bada, informazioa ekoiztu eta zabaltzeko egitura eta prozesuetan ematen diren dimentsio guztietan sexismoaren eraginak ikus daitezke: medioen jabeago eta kontrolean, testuinguru soziokulturalean, ekintza supranazional zein lokalean, publizitatearen presioan, erredakzioaren antolaketa hierarkikoan, identitate profesionalaren eraikuntzan, diskurtsoaren sorreran, errealitatearen tematizazioan, iturri informatiboaren sinesgarritasunean eta publikoaren eraikuntzan. Den denak daude genero-harremanekin lotuak.⁴

³ Orduarte gizona zen generoaren erreferentzia bakarra. Erdi Aroan edota Ilustrazioaren hasierako hamarkadetan, pertsonaren oinarria gizona zela uste zen eta emakumea zentrala zen kategoria horren desbideratze bat baino ez. Modernitatearen garapenarekin ordea, ikusmoldea aldatu eta gizon/emakume kategoriak onartuko dira eta hauen arteko harreman dikotomiko eta kontrajarriak, egungo genero sistemaren oinarria definitzen hasiko da (ESKISABEL, 2014)

⁴ GOGORRA ETA BIGUNA: ALDAKETAK ALBISTEAREN TIPIFIKATZEAN. Concha Fagoaga, Madrilgo Unibertsitate Konplutentsean

ANDROZEN- TRISMOAREN AJEAK

ANDROZEN- TRISMOA

«Irakek intentsitate txikiko gerra jasaten jarraitzen du. 2013an 9.500 zibil hil zituzten. Gerrak eta okupazioak milioi bat irakiar baino gehiago hil dituzte, tartean emakume asko eta umeak ere bai».

Albiste baten eraikuntza ez da ekintza neutro bat. Horrelako albisteak irakurtzen ditugunean, maila inkonzientean bada ere, errealitatearen irudi zehatz bat jasotzen ari gara; kazetariak ematen diguna, hain zuzen ere. Zer da gizarte zibilaz ulertzen duguna albiste honen kasuan? “Zibilak” unibertsala den hori ordezkaten du, guztiok ordezka gaitzakeen kategoria bat. Alabaina, horren barruan bereizketak egiten dira: emakumeak eta haurrak. Ulertu beharko genuke, honenbestez, gainontzeko guztiak gizonak direla? Kategoria unibertsala beraz, gizonarena da eta gainontzekoak talde nagusi horren barruan kokatzen ditugu, gehinez ere. Horixe bera da androzentrismoa; gizona iruditegiaren erdigunean jartzen duen ikuskera.

Horrela eraiki da gure begirada hamarkadetan zehar. Horrek frogatzen du kazetaritzan genero ikuspegitik informazioaren lanketa egiteko modua irauli behar dela, komunikazioa ez delako xaloa: sexista baizik.

Emakumeek eta gizonak hedabideetan duten presentzia ez da parekidea eta ezta bidezkoa ere. Are gehiago, ez da egiazkoa, ez baitu errealitatea islatzen:

emakumeak lan munduan sartu dira masiboki azken hamarkadetan, unibertsitateetan gizonak gainditu dituzte, hedabideetako erredakzioetan hirukoiztu da haien presentzia, esparru publikoan, politikoan eta intelektualean geroz eta indar handiagoa dute... baina gehienetan, eta salbuespenak salbuespen, komunikabideek ez dute aurrerapauso horien berri ematen, hau da, ez dute beti kazetaritzaren oinarritzko funtzioa betetzen.

Sexismo hori bi modutara gauzatzen da: batetik, emakumeak ikusezin eginez, eta bestetik, genero rolak eta estereotipoak errepikatuz eta sustatuz. Hau da, emakumeak ez dira hedabideetan dagokien proportzioan agertzen, eta agertzen direnean, feminitateari egotzitako ezaugarri lotuta -emakume izateagatik esleitzen zaizkien ezaugarri psikologikoei, jarrerei eta funtzio sozialei lotuta- irudikatzen dira (ASENSIO LOZANO, 2014).



IKUSEZINTASUNA

Emakumearen ikusezintasuna aipatzen dugunean emakumeek egiten dituzten lanen eta ekarpenen balioa gutxitzeaz ari gara. Ikusezintasuna, edo emakumeen presentzia murriztuago hori, androzentrismoarekin lotuta dago zuzenean.

GMMP Global Media Monitoring Project erakundeak honako datuak eman zituen 2010ean, mundu osoko hedabideak aztertu ostean⁵:

	1995		2010	
	% ♀	% ♂	% ♀	% ♂
Albistegietako subjektuak				
Medio guztietan	17	83	24	76
Gizartea eta Zuzenbide alb.	19	81	30	70
Zientzie eta Osasun alb.	27	73	32	68
Politika eta Gobernu alb.	7	93	19	81
Biktima bezala irudikatua %	29	10	18	8
Familia egoeragatik identifikatua %	x	x	18	5
Egunkariko argazkietan %	x	x	26	17
Albisteen edukia				
Genero estereotipoei aurre egiten dieten albisten %	x		6	
Genero estereotipoak indartzen dituzten albisten %	x		46	

Kuadro hau "Monitoreo Global" dokumentutik ateratako informazioarekin landu dut.

⁵ Koadroa Oihana Etxebarrieta Legrand-en "EITB, HERRITAR GUZTION IRRATI-TELEBISTA?" lanetik jasoa da.

Azken urteetan aurrerapausoak eman badira ere emakumearen agerpen publikoak areagotzeko, oso urruti gaude oraindik egoera parekide bat lortzetik. Horretaz gain, komunikabideak antolatzeko moduagatik esan daiteke emakumeak eta gizonak ez direla modu berdinean agertzen, alegia, batzuek eta besteek okupatzen duten espazioa ez dela berbera. Gaur egungo hedabideak sailetan daude banatuta, "sail gogor" eta "sail apaletan" deitu direnak (FAGOAGA, 2004). Esan genezake sailak orokorrean, dikotomikoki banatzen direla:

- Sail gogorrak: Politika, nazioarteko politika, ekonomia, kirol profesionala...
- Sail bigunak: entretenimenduarekin lotutako sailak, soziala, kultura, arteak/ikuskizunak...

Banaketa honek eremu publiko eta pribatuari erantzuten dio neurri handi batean. Hartzailea, orokorrean, gizon unibertsala da eta haren gustuak errespetatzen dira gehinetan. Sail gogorretako edukiek betetzen dute euskarri informatiboaren zentralitatea (egunkari, aldizkari, webgune eta abarretan) eta sail bigunek ez dute toki finkorik izaten, han eta hemen "sartzen" dira. Egia da badirela emakumei bereziki zuzendutako gehigarriak, baina gehinetan, estereotipoak eta rolak indartzeko baino ez dute balio.

Emakumeen errepresentazio mugatu honek estereotipoetara jotzeko erraztasuna ekartzen du. Gorputza eta eremu afektiboa nabarmentzen dira kasu gehinetan. 90eko hamarkadaren erdialdetik aurrera leku gehiago ematen hasi zitzaion espazio bigunari: gaitgia zabalitzen da zerbitzuak, kontsumoa edota eguneroko bizitzari

leku eginez. Batzuek horretan prentsaren feminizazioa ikusi dute (VAN ZONEN, 1998; NECEU, 2001); izan ere, mendebaldean emakume kazetariak arduratzen baitira bigunaren espazio horretaz. Halere, ez du ematen hain argi baieztatu daitekeenik honakoa, oraindik hedabideetan gehiengoa gizonak baitira (zuzendaritza postuetan zeresanik ez) eta aldaketa, egiturari baino, albistearen tipifikazioan eman baita, generoa sexualizatuz eta subjektua "gauza" bihurtuz.

Azkenik, aipatu behar da ikusezintasunak bereziki eragiten diela beste jatorri edota kulturetako emakumei. Hauen presentzia oraindik oso murrizta da eta gehinetan estereotipo ezkorrei lotuta agertzen dira. Kulturari, erlijioari, ideologiarik eta generoari ematen diren adierazpide ezberdinek aintzat har ditzaten, hedabideetan neurriak hartzea beharrezkoa da.



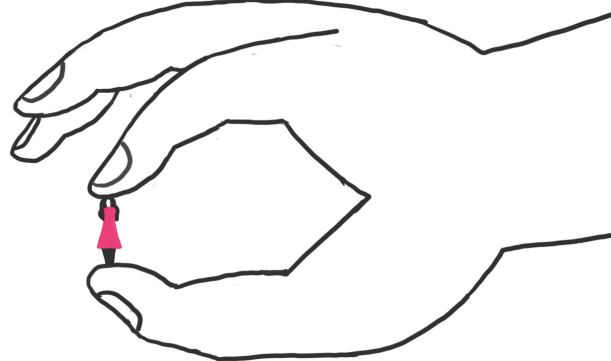
ESTEREOTIPOEN ETA GENERO ROLEN ERABILERA

Estereotipoak talde sozial jakin baten inguruko ezaugarrien, jarreraren eta gaitasunen gainean onartuta eta hedatuta dagoen sinesmena da. Inposatutako ideiak dira, eginda heldu zaizkigunak, behin eta berriro errepikatu ondoren egi bihurtu direlako. Adibidez: emakumeak ahulak eta sentikorrek dira, eta gizonak indartsuak eta arrazionalak.

Genero rola emakumeei eta gizonei ezarritako ezaugarri psikologiko, jarrera eta funtzio sozial desberdinak dira. Zer egin eta nola jardun behar duten adierazten dute; beraz, sexu bakoitzari egiteko batzuk ezarri dizkio. Emakumeei esparru pribatuari lotutako lanak egokitu zaizkio: etxeko lanak, seme-alaben hezkuntza, mendekotasunen bat dutenen zaintza, eta horretaz gain etxetik kanpo lan egitea ere bai. Gizonei, berriz, esparru publikoari lotutako rola egokitu zaizkio: ordaindutako lana, parte hartze politiko eta soziala, aisialdia... (ASENSIO, 2014).

Hedabideek emakumeak estereotipo eta rol horiei jarraiki irudikatzen dituzte; honekin emakume prototipikoak eraikitzen dituzte, fikziozko emakumeak, hain zuzen ere. Komunikazioan eta generoan aditua den Pilar Lopez Diez kazetariak emakumeak hedabideetan nola agertzen diren aztertu du, eta sei estereotipo edo rol bereizi ditu:

- **Zaintzailea:** ama edota emazte-bikotekide gisa agertzen da. Seme-alaben zaintzara dedikatua eta senarraren ondoan agertzen dena beti.
- **Burdinazko dama:** egungo botere egituretan irmotasunez agintzen duten emakumeez aritzeko erabiltzen da. Kasu honetan ordea, gizonengan onartzen diren jarrera zorrotzak emakumeengan zigortu egiten dira. Gainera, emakumeei buruzko irudi desorekatua ematen du: ez daukate botererik, eta daukatenean gehiegi erabiltzen dute.
- **Langilea:** gero eta emakume gehiago auzeratu dira lan esparruan. Etxean eta



etxetik kanpo lan egiten duten emakumeak dira, denetarik egin dezakete. Gainera, eraginkorrak dira, ez dira kexatzen, irudi fisiko txukuna mantentzeko gai dira.

- **Objektua:** beraien dohaina da ederrak izatea eta horregatik agertzen dira komunikabideetan. Itxura erakargarria meritutzat hartzen da, eta erakargarritasun hori etengabe nabarmentzen da. Objektuak dira, apaingarri gisa erabiltzen dituztelako gehienetan: albistegietako aurkezle gisa, gizon kirolariei opariak ematen...
- **'Femme fatal':** emakumeen izaera sexuala neurririk gabe nabarmentzen da. Emakume hipersexual eta arriskutsutzat aurkezten dute, baina emakumearen boterea bere gorputzera mugatzen da.
- **Biktima:** gehien ageri den rola da. Alde batetik, emakumeen aurkako indarkeriaren eta diskriminazioaren biktima dira. Baina bestetik, gizon zein emakumeei eragiten dieten auzietan biktima papera emakumeentzako izan ohi da: gerretan edo gatazka armatuetan, seme-alaben galera ematen denean, istripuetan... kasu horietan irudien bidez indartzen da kontzeptu hori. Emakumeei biktima rola esleitzean, haien ahultasun irudia indartzen dute, eta ezkutuan uzten dute halako egoerei ere aurre egiteko gai direla.

Publizitatean askoz indartsuagoa da estereotipo maskulino zein femeninoak nabarmentzeko eta sustatzeko joerak. Ikusentzunezko iragarkietan batez ere, emakumeak askotan objektu sexualizatu gisa agertzen dira, gehienetan edertasunaren mitoa elikatuz, eta beste askotan etxeko

lanak egiten (ASENSIO, 2014). Gizonak maskulinitate eredu tradizionalari lotuta irudikatzen dituzte: heterosexualak dira, ez dute emakumeei esleitutako ezaugarririk edo funtziorik (ez dute garbitzen), boteretsuak dira, indartsuak, arrisku jarduerak dituzte...

Hala, emakumeen eta gizonen eredu erabat dikotomikoak aurkezten dituzte:

- **Emakumeak:** ederrak, erakargarriak, ameslariak, inozoak, inseguruak, mendekoak, ahotsik gabekoak.
- **Gizonak:** azkarrak, adimentsuak, abenturazaleak, irmoak, seguruak, askeak, autonomoak, ahotsarekin.



SEXISMORIK GABEKO KOMUNIKA- ZIOA

ALBISTE EGOKIAK SORTZEKO GIDA PRAKTIKOA

Jakin badakigu hedabideek lantzen dituzten gaiak, kontrasterako erabiltzen dituzten iturriak eta ematen duten informazioaren zein datuen azterketak ez direla neutralak generoari dagokionean. Era berean, komunikabideen gaitegian zaila izaten da etnia, kultura, klase, ideia, adin edota sexualitate aniztasunari erreferentzia egiten dioten trataera egokiak aurkitzea. Estigmatizazioa izan da askotan erabili izan den bidea arauaren barruan sartzen ez diren bizierak eta pertsonak islatzeko.

Dena dela errepresentazioaren zama guztia kazetaritzaren profesionalengan uztea ez da inodik inora bidezkoa. Sarritan gertatzen da kontzientziadun kazetariak zailtasunak aurkitzen dituela informazioa genero ikuspegitik modu egokian lantzeko. Hona hemen hainbat faktore:

- Formakuntza baliabide eskasak profesionalaren genero ikuspegiaren sakontzeko.
- Sexuaren araberako datu bananduak aurkitzeko zailtasunak.
- Iturri espezializatu eta fidagarriekin harreman eskasa.

- Denbora falta. Erredakzioetan ematen den erritmo azkarrak aldaketak eragotzi eta informazioaren kantitateari garrantzia handiagoa ematen diote kalitateari baino.

Honi jarraiki, akatsak zuzentzeko eta albiste egokiak sortzeko gomendioak eman nahi dira hurrengo lerroetan. Bide honetan beharrezkoa



da zehaztapen bat egitea. Komunikazio parekidea egitea ez da emakumeen inguruan idaztea edota informatzea; diskurtso komunikatiboaren eraikuntzari azterketarako kategoria berri bat gehitzeaz ari gara. Hori dela eta, ez gara ari emakumeen inguruko sail espezifikoak sortzeari buruz edota diskurtso isolatu bat eraikitzeari buruz. Generoa komunikazio prozesuan zeharlerro bezala txertatzeaz ari gara, informazio guztia eta gai guztiak modu parekidean lantzeaz. Era berean, “genero agendari” dagozkion gaitegiak “emakumeen kontuak” izatetik, gizarte guztiaren interesekoak izatea lortu nahi dugu; desoreka sortzen duten zergatiak eta ondorioak agerian uzteko.

Albiste egokiagoak sortzea, beraz, posiblea da. Hori da sozialki arduratsua den kazetaritza eredua egitea, kalitatezko kazetaritza. Horretaz gain beharrezkoa da albiste parekideak sortzea, egungo injustizia egoerak agerian uzteko eta gizarteari irudi jutuagoa emateko.

Jarraian dituzu albiste egokiagoak sortzeko kazetarietzako gomendioak. Urrats hauek jarraituz gero, informazioa modu parekidean eraikitzeko aukera izango duzu.



ALBISTE EGOKIAK SORTZEKO OINARRIZKO GOMENDIOAK

INFORMAZIOAREN BILAKETA, ERAIKUNTZA ETA HEDAPENA

LEHENENGO URRATSA: INFORMAZIOAREN BILAKETA.

1. Ahal den neurrian, bila itzazu sexuen araberako datu bereiztuak.

Edozein informazio aztertzeke orduan sexuaren araberako datuak begiratzen baditugu, egoera berdinak gizon eta emakumeengan duen eragina aztertzea errazago izango zaigu.

2. Aintzat hartu emakumeek gizonetik dituzten baldintzak eta posizioa egoeraren azterketa eta deskribapena egiterakoan.

Horretarako, kontutan hartu ondorengo aspektuak:

- **Emakumeen eta gizonen partehartzea:** espazio publikoetan, bileretan, zerbitzuetan, prozesu politikoetan... Horrelako prozesuetan genero rolak eta estereotipoak hautematen dira. Aztertu kopuruak, funtzioak, ardura postuak...
- **Espazioaren eta denboraren erabilera:** Generoak denboraren esleipena eta erabilgarritasuna egituratzen du; gizonak eta emakumeek lan egiten duten eremua, non sozializatzen diren eta abar. Horretaz gain, komeni da eremu pribatuko lanetan ematen den rol hirukoitza aztertzea: produktiboa, erreproduktiboa eta komunitarioa.
- **Lanaren banaketa sexuala:** jarduera produktibo, erreproduktibo, sozial, politiko eta kulturaletan gizon eta emakumeen datu bereiztuak aztertu. Era berean, banaketa honek subjektuengan dituen ondorioetan arreta ipini.
- **Kontutan hartu emakumeek eta gizonetik garatzen dituzten jarduerak eta rolak.** Orokorrean emakumea amaren, etxeko langilearen eta familiaren beharrak asetzen

dituenaren rolean irudikatzen da. Rol hauetatik haratago bestelakoak irudikatzen dituzten emakumeak informaziora gehitu.

- **Emakumeen eta gizonen egoeran eragina izan dezaketen aldaketeei kontu egin:** legedian, hezkuntzan, partehartzean, hiritartasunaren definizioan... etengabean aldatzen diren faktoreak izanik une bakoitzean duten eragina aztertu.

3. Egoera konkretuetan emakumeen eta gizonen artean ematen diren ezberdintasun faktoreek duten eragina aztertu:

- Baliabide eta onuratarako sarbidea: zeintzuk dira baliabide material edo ez-materialak banatzeko erabiltzen diren irizpideak? Zeinek du baliabideen kontrola eta sarbidea?
- Baliabide materialak erabiltzeko emakumeek zein gizonak duten aukera aztertu: diru sarrerak, ondasunak, lurrak, etekinak, errenta...
- Boterearen azterketa egin. Zeintzuk dira aztertzen ari den informazioan ematen diren botere harremanak? Zeinek dauka posizio pribilejiatua? Zeinek erabakitzen du zer? Zeintzuk dira batzuen eta besteen interesak?
- Kontutan hartu, lanaren banaketa sexualak, tradizio kulturalak, emakumeen kontrako indarkeriak eta bestelakoak, emakumeen eta gizonen kasuan aukera eta gabezi ezberdinak sortzen dituztela.
- Ezberdintasun hauek iraunarazten dituzten

egiturak antzeman: legediak, ohiturak, estereotipoak, ardura politikoak...

Gomendio hauek jarraituta honako helburuak lortuko ditugu: sexuaren arabera datu koalitativo eta koantitativoak aztertuz egoera jakin batean gizon eta emakumeen baldintzak hautematea. Honetaz gain, egoera bakoitzean sexuen arteko botere harremanak aztertzea lortuko dugu eta ematen diren desorekak ahalbidetzen dituzten egiturak identifikatuko ditugu.

BIGARREN URRATSA: INFORMAZIOAREN ERAIKUNTZA.

Jarraian informazioaren eraikuntza prozesuan kontutan hartzeko elementuak proposatzen dira:

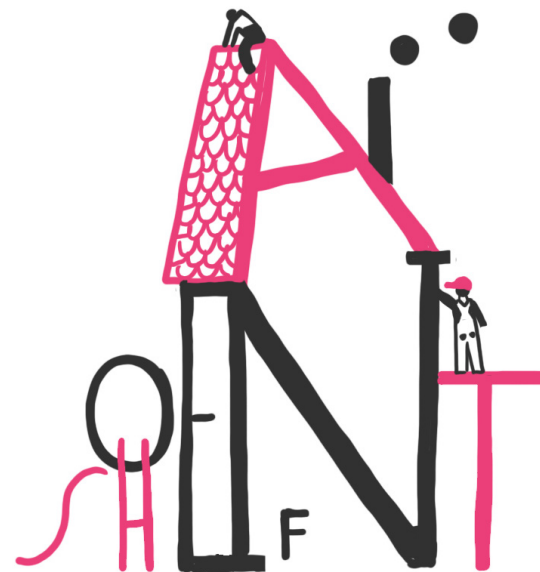
- **Ikuspuntuak:** Aztergai dugun informazioa lantzerako orduan protagonista guztien ikuspuntuak hartzen dira kontutan? Zein modutan daude presente emakumeak eta gizonak? Beharrezkoa da emakume taldeengana jotzea informazioa osatzeko?
- **Parekidetasuna:** Emakume eta gizon eredu ezberdinak agertzen dira osatzen ari garen informazioan? Rolak erreproduzitzen dira? Adituak eta protagonistak aukeratzeko garaian parekidetasuna mantendu da?
- **Online hedabideak:** gaiaren inguruan sakontzeko hiperestekak erabili, horrela espazio gehiago izango duzu testua garatzeko. Era berean, sare sozialak informazioa jasotzeko eta hedapenerako erabiltzea gomendatzen da.

- **Telebista eta irratia:** edozein albiste lantzerako orduan irudi edota soinu baliabideak erabili behar badituzu arreta jarri hauetan. Atal berezitu bat aurkituko duzu aurrerago hauen trataerarako irizpideekin.
- **Hizkuntza:** Hurrengo kapituluan sakonduko dugu hauetan. Dena dela irizpide orokorrak jarraitzea gomendatzen da, hala nola, emakumeen estereotipoak indartzen dituzten deskribapenak ekiditea; sexuaren arabera rol asignazioa ekiditea; emakumeen kasuan deskribapenak egin behar direnean honakoak ekiditea: bere irudi fisikoa, bere egoera familiarra edo bere lotura afektibo-sexualak, betiere, albistearen trataeran funtsezkoak ez direnean. Euskararen erabilerari buruzko gomendioak aurrerago garatzen dira.

HIRUGARREN URRATSA: HEDAPENA ETA INPAKTUA.

Azken urratsa da hau. Produktu komunikatiboa osatu ondoren noiz, non eta nola publikatzen den zehaztea falta zaigu. Aurreko kapituluetan aipatu den bezala komunikabideak (izan paperekoak edo digitalak, telebistak edo irratia) normalean sail gogor eta bigunen arabera antolatzen dira. Kontutan hartu sortu dugun eduki informatiboa non kokatzen den eta horren arabera zein hartzailerengana iritsiko den.

Inpaktua neurtzeko interesgarria izan daiteke albiste irakurri, ikusi edo entzun duen hartzaillearen iritzia jakiteko bitartekoak sortzea. Online dauden hedabide gehienek foroak dituzte eta askotan irakurle, ikusle edo entzuleek bertan ematen dituzte iritzia. Era beran, sare sozialak albisteek duten inpaktuaren neurgailu izan daitezke.



HIZKUNTZA EZ SEXISTA: ERALDAKETARAKO TRESNA

HIZKUNTZA SEXISTA?

Adituek diote hizkuntzak ez direla bere horretan sexistak. Hauen erabilera da sexista dena. Hizkuntzaren erabilera sexistaz ari gara mezu bat helarazteko aukeratzen diren formak edota edukiak (aukeratutako hitzak, egituraketa) sexu edo genero diskriminazioa eragiten dutenean.

Lengoaia etengabeko eraldaketa prozesuan dago eta gizartea aldatzen den neurrian, hitz berriak behar dira gauzak izendatzeko eta definitzeko. Hedabideak ezin dira aldaketa hauetatik kanpo geratu.

Gizartean dagoen aniztasuna irudikatze komunikabideetan lengoaia inklusiboa erabiltzea gomendagarriena izaten da. Esan bezala, lengoaiak gizartea islatzen du eta gizarte hori arrazista, sexista, klasista eta heterozentrista bada, lengoaiak hori bera ordezkatzeko du. Berdin dio hizkuntza horrek askotariko baliabideak izatea bazterkeria, ikusezintasuna edo estereotipazioa ekiditeko; erabilera da problematikoa dena.

EUSKARAREN ERABILERA EGOKIRAKO GOMENDIOAK

Euskara genero markarik gabeko hizkuntza izanagatik, hizkuntza ez-sexista bezala sailkatzeko tentaldia egon izan da. Esan dugun bezala ordea, erabilera izan ohi da arazoa; zentzu horretan, euskararen kasuan erabilera sexistaren zantzuak aurkitzen ditugu. Amelia Barquín-ek adibide ezberdinak ematen ditu: esaterako, jaun eta jabe esan beharrean, zergatik ez da erabiltzen andra eta jabe? Edota txapela buruan eta ibili munduan esan beharrean, zergatik ez zapia buruan...? Hamaika⁶ adibide gehiago jartzen ditu baino ez da eskuliburu honen helburua horiek guztiak zerrendatzea.

Maskulino orokor edo generikoaren marka ez izateak ez du esan nahi era berean, “medikuak, epaileak, politikariak” izendatzean, gizon irudiarekin lotzen ez ditugunik. Azken batean, gizarte bakoitzaren mundu ikuskera da hizkuntzaren bidez islatzen dena; euskararen kasuan ere bai.



⁶ Gai honetan sakontzeko Amelia Barquín-en blogean sartzea gomendatzen da: abarquin.wordpress.com

Informazioaren eraikuntzan euskararen erabilera egokiagoa egin dezagun Emakundek proposatzen dituen gomendioak aurkezten dira jarraian, lagungarri izan daitezten:

- **Gizon, gizaseme eta gizonezko forma maskulinoak dira.** Forma orokorrerako gizaki eta giza- erabiliko ditugu. “izena+gizon” egituraren ordeaz, “-ari” atzizkia edo “langile” erabiliko dugu.
- **Euskaraz ditugun hitz elkarketak erabiliko ditugu** (seme-alabak, neska-mutilak), eta ez erdaretatik etorri zaizkigun kalkoak: aitak, semeak... (maskulino orokortzaile direnak).
- **Zuzendari jauna formula saihestuko dugu eta hurrengo hiru aukeren artean aukeratu:** zuzendaria edo zuzendari jaun/andrea (zein generotakoa den ez dakigunean), zuzendari jauna edo zuzendari andrea (zein generotakoa den dakigunean).
- **Ez dugu “-sa” atzizkia erabiliko.** Zubereraz bizirik dagoen arren (laborarisa, jainkosa, alarguntsa, abadesa, alkatesa), hegoaldean “-ren emaztea” esateko erabili baita. Beraz, generoa zehaztu nahi badugu, neska/mutil dantzaria edogizon/emakume dantzaria esango dugu.
- **Hitanoa ez dugu talde misto bati zuzendutako mezuan erabiliko.**
- **Kontuz beste muturrera pasatzearekin** (erderetatik egiten diren itzulpenetan hizkera sexista saihesteko perifrasi batzuk beharrik gabe mantentzea).
- **Gizartea bi generok osatzen dugu, bien interesak asetu behar dira.** Emakumeei buruz hitz egiten ari bagara zehaztu, eta berdin gizonekin. Ez erabili lagun, pertsona, haur... forma orokorrak zehatzei buruz ari bagara.
- **Pareko tratamendua eman behar zaie emakume eta gizonei.** Saihestu “Etxebarria jauna/zuzendaria eta Mirentxu”; “gizonak hor daude eta neskak orain etorriko dira”; Kontuz adjetiboekin: lirain, eder, polit, panpox, pertxenta, xarmant eta indartsu, sendo, azkar, iaio, trebe... (generoekin identifikatzen dira eta hori zaindu egin behar da).
- **Ez dira lotu behar estereotipoak eta gizarte-papera, lanbideak, sexuak.** Zirujaua, abokatua, soldadua, iturgina, arotza, jostuna, ile-apaintzailea, erizaina... andrazkoak zein gizonezkoak izan daitezke.
- **Pertsonak izen, abizen, kargu, lanbidez identifikatu behar dira, ez andreak.** Erabili: “(Miren) Azkarate Kultura sailburua (ez (Miren) Azkarate andrea)”. Gizonekin abizena soilik aipatzen bada, andreekin gauza bera egin.
- **Ahaidetasun-erreferentzia alferrekorik ez egin.** Saihestu “alkate jauna eta bere emaztea”.
- **Ez gutxietsi edo oztopatu emakumeen ekintzak hizketaren bidez, haien irudi soziala gutxiesten baita modu horretan.**

IRUDIA ETA BOTEREA

Kazetaritzaren historian, hitza izan da komunikazioaren funtzioa betetzeko ezinbestekotzat jo den elementua. Halere, gaur egungo gizartean, soinuak eta irudiak gero eta presentzia handiagoa dute. Esan liteke, Inteneten hedapena dela eta, idatzizko testua baino lehenago iristen dela askotan ikusentzunezkoa edo argazkia. Horregatik, hauen erabilera egokiaren inguruan gomendioak ematen dira hurrengo lerroetan.

Ikusentzunezko mezuak aztertzeke -publizitatearen kasuan bereziki- Pierre Bourdieu teoriko frantziarrak ezarri zuen biolentzia sinbolikoaren (“violence symbolique”, Bourdieu) kontzeptua interesgarria da. Indarkeria mota honetan dominatzaileak zeharkako biolentzia erabiltzen du zapalduaren kontra; zapalduak oharkabean jasotzen dituzte beraien kontrako praktikak, hala, pairatzen duten dominazioaren konplize bihurtzen dira (BOURDIEU, 1994). Neurri handi batean, komunikabideek helarazten dituzten irudiekin horrelako zerbait gertatzen zaigu. Publizitatean erabiltzen diren irudiak izan litezke indarkeria mota hori argiki islatzen dutenak. Ikertzaileek diote, irudiaren susperraldiak emakume eta gizonen estereotipazioa biziki indartu duela, irudiak hitzak agertzen ez duen irmotasuna erakusten duelako askotan. 2010eko GMMP⁷-ren datuen arabera, emakumeak gizonak baino gehiago agertzen dira hedabideek zabaltzen dituzten irudietan. Baina, non eta nola aurkezten

dira emakumeak? “Emakumeentzako” bereziki eskaintzen diren sail bigunetan: edertasunarekin, kontsumoarekin, gurasotasunarekin, kultur eskaintza zehatzekin edota sexuarekin zerikusia duten albisteetan batez ere.

Jarraian, irudiaren erabilera sexista ekiditeko gomendio batzuk ematen dira:

BALIABIDE TEKNIKOAK

Irudi inklusiboak lortzeko ezinbestekoa da ikusentzunezkoen gutxieneko arauetan arreta jartzea. Zentzu horretan irudia osatzen duten planoak izango dira ikusentzunezkoen egitura narratiboa osatzen dutenak. Planoak eraikitzeke ezinbestekoa izango da kamara non jartzen den erabakitzea (zer enfokatuko den eta zer utziko den fokutik kanpo), zein izango den erabiltzen den ikuspuntua (goitik, behetik edo aurrez aurre) edota argiztapena erabiltzen bada, non jarriko den argi puntua. Hauek guztiak ezinbesteko erabakiak dira irudiak hartzerakoan eta askotan kamara jartzen duenaren ikuspegiaren arabera, egoera beraren irudi oso ezberdinak jasoko dira. Horregatik:

- Enkoadrea egiterakoan kontutan hartu zein den lehenesten den informazio bisuala: emakumeak eta gizonak berdin agertzen dira planoan? Zein geratzen da enkoadrearen barruan? Zein kanpoan?
- Emakumeak erretratatzekoan mantendu errespetuzko distantzia bat.

Bere gorputzaren eta ezaugarri fisikoen informazioa ez da lehenetsi behar albisterako beharrezkoa ez bada.

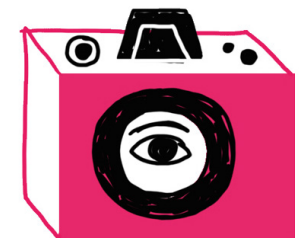
- Ikuspuntua eta argiztapena aukeratzeko orduan, kontutan hartu zein den indartu nahi den puntua. Kontramurgildu⁸ batek pertsonaia goraiatzen du; kontrakoak pertsonaia txikitzen du eta aurrez-aurrekoak ikuslea interpelaten du zuzenean.
- Emakume eta gizonen askotariko izaerak islatzeak aberastasun hori irudietan biltzea suposatzen du, beraz, kontutan hartu ateratzen diren pertsonak ez izatea beti inguru, kultura edota klase sozial berekoak.

IRUDIEN TRATAERA INKLUSIBORAKO GOMENDIOAK

Esan bezala, kazetaritzaren ikusentzunezko lengoia asko dago oraindik sakontzeko. Zentzu horretan gero eta ikerketa gehiago dago irudiaren erabilera inklusiboa proposatzen duena. Hemen doaz horretan lagungarri izango diren gomendioak:

- Emakumeak eta gizonak ohikoak ez dituzten rol eta egoeretan irudikatzea, feminitatea edota maskulinitatea bizitzeko hamaika modu daudela agertuz.
- Askotarikotasuna erakutsi. Ez dago emakume eredu bat soilik, gizonen kasuan bezala, emakume eredu ezberdinak daude.

- Arreta berezia jarri emakume gazteak edo haurrak irudikatzerakoan. Esaterako, proposatzen den argaltasun ereduak eragina du emakume guztiengan, baina bereziki, emakume gazte eta nerabeengan.
- Emakumeek eta gizonen espazio tradizionaletatik kanpo arrakastak lortzen dituztenean hauen aipamen berezia egin.
- Kontutan hartu argazkietan zein tamainan agertzen diren pertsonak. Era berean, agertzen diren pertsonen jarrera eta keinuak errepasatu, estereotipoak indartzen dituztenak ekidinez.
- Kasu askotan ikusentzunezko narratibaren elementu gisa musika erabiltzen da. Ekintzak indartzen ditu eta emozioak areagotu. Kontutan hartu ze musika erabiltzen duzun eta letrak egokiak diren diskriminazio oro ekiditeko.



⁷ Global Media Monitoring Project

⁸ Gaztelaniazko “plano contrapicado”.

KOMUNIKAZIO PAREKIDERAKO NEURRI ZEHATZAK

Parekidetasuna oinarri hartuta, albiste egokiagoak osatzeko urratsak proposatu dira aurreko puntuan. Atal honetan berriz, egunerokotasunean kazetaritzaren jardueran agertu ahal diren arazoak konpontzen lagundu nahi duten neurri zehatzak proposatzen dira. Atal ezberdinetan agertzen dira bilaketa errazteko asmoz: Komunikazio ez-sexista oinarri duten estilo liburuei edo eskuartean duzun eskuliburuei dagozkionak; Indarkeria matxistaren tratamenduari dagozkionak; Emakumeen agerikotasuna dagozkionak; Estereotipoak gainditzeari men egiten diotenak; Argazkiak, ilustrazioak eta bideoak osatzeari dagozkionak; Kirolari dagozkionak.⁹

ESTILO LIBURUARI DAGOZKIONAK¹⁰

1. **Estilo-liburuan emakumeak esplizituki bereizi behar dira**, hutsuneek inbisibilitatea edo diskriminazioa betierekotzen dutelako.
2. **Printzipioen adierazpenean aipatu behar da emakumeen informazio-eskubidea errespetatu eta bultzatuko dela.** Emakumeek informazio duina jasotzeko

eskubidea dute, eta biztanleriaren erdia diren heinean hedabideak zabaltzen duen informazioaren erdia dagokie.

3. **Hedabideek bere gain hartu behar dute gizarte-eraldaketan duten ardura**, beraz, emakumeen diskriminazioaz gizarte kontzientziatzeko betebeharra du, eta, ahal duen neurrian, justiziarik eza arintzekoa.
4. **Emakumeak eguneroko informazioa sortzen duten albisteak sustatuko ditu.** Honela, adibidez, emakumeen formazio intelektual eta kritikoari buruzko albisteak eta ildo editorialak sortuko ditu, enpleguaz edo arazo konkretuez informatuko du, mugimendu feministaren ekintza eta aldarrikapenak azpimarratuko ditu, baita sindikatu, mugimendu sozial eta alderdi politikoen politika feministak ere. Gizarteko

⁹ Neurri hauek guztiak Euskal Herrian, Herrialde Katalanetan eta Estatu Espainiarreko beste Erkidego batzuetan publikatu diren Komunikazio ez-sexistarako Estilo liburuetatik atera dira: Bilgune Feministaren dekalogoa indarkeria sexista joratzeko; Decàleg: Observatori de les dones en els mitjans de comunicació; Protocolo de Cantabria; Mujeres del sur en el discurso informativo; Recomendaciones sobre violencia masclista.

¹⁰ Kasu honetan, komunikazio parekidea arautzea helburu duen edozein Estilo liburu edo eskuliburuentzako gomendio orokorrak dira.

edozein eremutan emakumeek burutzen dituzten jarduerak islatzen dituzten albisteak sustatuko ditu, baita kolektibo honentzat interesgune den edozein gai ere.

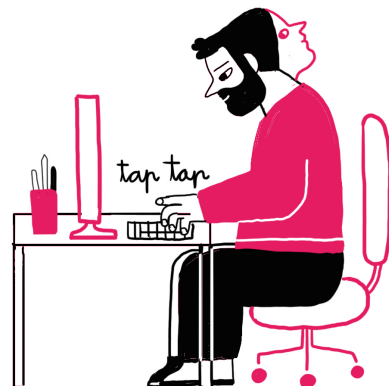
5. **Hedatuko dituen baloreak egokiak izango dira emakumeek beren burua komunikabideetan duintasunez islatuta ikusi dezaten.** Honela, adibidez, lan munduan edo bizitza publikoan ekiteko gai den emakumea. Tradizionalki emakumei atxikitako baloreak gizonezkoei atxikiko zaizkie, eta alderantziz.
6. **Irakurlegoaren maskulinizazioa ekidinen da. Horretarako, interpretazio-kodigoen aurreikuspenak egingo dira.** Albistegaia jorrazterako orduan genero aldetik egokitasunez interpretatuko dela bermatuko da. Emakumeen sinadurak sustatuko dira, emakumeak protagonista paperean, informazio-sortzaile.
7. **Hizkuntzaren erabilpen sexista ekidinen da.**
8. **Publizitate sexistari betoa jarriko zaio.**
9. **Zuzendaritza-postuetan eta gainerakoetan emakumeen presentzia bermatzeko inizatibak jarriko dira martxan.**
10. **Erredakzio-kontseiluan eztabaidatuko dira edukiak eta helburuak**, iritzi aniztasuna islatu dadin.
11. **Zuzendaritzak bizitza pertsonalaren eta lanaren bateragarritasuna ahalbidetuko du**, horretarako lan-harremanen aldaketa sakon bat eginez: ordu-tegiak, lan-errutinak eta hierarkiak.

INDARKERIA MATXISTAREN TRATAERA

1. Emakumeen kontrako indarkeria egiturazkoa den heinean, hedabideek horrelaxe islatu eta irudikatu behar dute.
2. **Emakumeen kontrako indarkeriaren inguruko informazioak ez dira gertakari isolatuak.** Honako informazioak helarazterakoan egungo testuinguruan kokatu behar dira, emakumeek pairatutako zapalkuntzaren egoeraren ondorioztat hartuta. Hau dela eta, informazio hauek behar duten espazioa eta garrantzia bermatu behar da (besteak beste, “laburrak” edo “gertakariak” bezalako ereduak ekidinez).
3. **Ez dago erasotzaile ezta biktimaren profilarik.** Erasotzailea edota biktima maila sozial, kultural edota ekonomiko jakin batekoa denaren ideia edota irudia ez dugu helarazi behar.
4. **Estereotipo eta eginkizun (rol) sexistaren erabilpena ekidin.** Emakumei eta gizonei betidanik egokitutako estereotipoek emakumeen aurkako indarkeria iraunarazten dute. Beraz, errealitatea irudikatzen ez duten hainbat adierazpen eta izenondo ekidinen dugu (esaterako, “pasiozko hilketa”, “etxeko indarkeria”...).
5. **“Sensazionalismoa” saihestu.** Helaraziko den informazioa nabarmena eta serioa izan behar da. Hortaz, adituak ez diren pertsonen iritziak (auzokideen adierazpenak) ez dira kontutan hartuko.

6. **Jarraipen egokia landu.** Indarkeriaren gertaera ez da eraso soilik, baizik eta eratorzen den prozesu osoa (salaketa, epaiketa, zigorra...). Beraz, prozesu osoa landu eta haren berri eman behar da.
7. **Elementu positiboak irudikatu.** Indarkeria sexista pairatzen duten emakumeak bizitza “berregiteko”, aurrera egiteko gauza dira, eta komunikabideek horrelaxe islatu behar dute, beste emakumeek urratsa eman dezaten lagunduz.
8. **Informazioaren helburua laguntzea, jendarteratzea eta aurre hartzea da.** Egoera gainditzeko dauden baliabideak eta bitartekoak (legeak, laguntzarako telefonoak, helbideak...) plazaratu behar dira. Bestalde, indarkeriaren ondorioak detektatzeko elementuak helarazi behar dira.
9. **Salaketa soziala.** Emakumeen kontrako indarkeriaren aurrean, Mugimendu feministak eta giza eragileek burutzen dituzten mobilizazio, salaketa eta ekimenen berri eman behar da.
10. **Ikuspuntu integrala indarkeria deusestatzeko.** Informazioaz gain, hainbat elementuk (musika, irudiak, komikiak, publizitatea) ere emakumeen zapalkuntza eta indarkeria sexista iraurazten dute. Hortaz, elementu hauek ekidin behar dira.
11. **Erabiliko diren terminoak:** genero-indarkeria, emakumeen kontrako indarkeria matxista, indarkeria sexista, edo emakumeen kontrako indarkeria. Eta ez: etxeko indarkeria, bikote-indarkeria, familiarteko indarkeria...

12. **Zer den emakumeen kontrako indarkeria:** tratu txar fisiko, psikologiko eta ekonomikoak; emakumeak baimendu gabeko sexu-erasoak; neskatoekiko gehiegikeria sexualak; lan-munduko sexu-jazarpena; emakume eta neskatoen erabilera sexu-esplotazioariko, prostituziorako eta sexu-komertziorako; emakumeen genitalen mutilazioa; emakumeen eskubide sexualen eta ugalketa-eskubideen kontrako indarkeria; emakumearen duintasuna eta osotasuna hautsi dezaketen edozein ekintza edo jarrera.
13. **Nork eta non.** Erasotzailearen eta biktimaren identifikazioa. Ezein biktima ez da identifikatu behar bere izen-abizenekin edo helbidearekin. Erasotzailea ez da identifikatuko epaiak erruduntzat jo arte, ez bada erasotzaileak bere krimena aitortu duela. Erasotzaileak biktimarekin zuen jokaera bai identifikatuko da, beste emakumeek tratu txar egoerak detektatu ditzaten. Erasotzaileek ez dute soslai jakin bat: nazionalitateak ez dauka zer ikusirik, eta xenofobia areagotu besterik ez du egiten gisa horretako informazioak.



14. **Nola.** Kontu handiz ibili behar da eraso zein modutan eman zen azaltzerakoan. “Labankadakaz hil zuen” edo “labanarekin hogeit aldiz sastakatu zuen” bezalako esaldiek ez die laguntzen gizaritari arazoaren kontzientzia hartzen, eta aldiz morboa eta sentsazionalismoa besterik ez dituzte sustatzen.
15. **Tratu txarrak eta erahilketak giza-eskubideen kontrako krimenak dira.** Heriotza tartean baldin badago, erasotzaileak emakumearen bizitzeko eskubidearen aurka egin duela esan behar du informazioak. Gizonezkoak emakumeak bereizketa nahi zuelako hil zuela esaten bada, esan behar da baita ere emakumearen harremana uzteko askatasun-eskubidearen kontra jo zuela. Tratu txar psikologiko edo fisikoak daudenean, emakumea umiliatu eta errespetu faltaz bere duintasuna puskatzen denean esan behar da emakumeak eskubidea duela tratu krudelik edo laidogarririk ez jasotzekoa, eta gizonak eskubide hori urratu diola. Erasotzaileak emakumea kontrolatzen duenean, bere ingurukoekin harremantzea mehatxupean ekiditen dionean, emakumearen askatasunerako eta segurtasunerako oinarriko eskubidearen kontra egiten du.
16. **Emakumeek gizonengan eragindako indarkeria-kasu bakanetan ez da genero-indarkeriaren terminoa erabiliko.** Gainera, aztertu beharko da gertaerak tratu txarrekin zerikusirik baduen.
17. **Ezein formatotan ez da tratu txarren gaineko irakurketa positiborik eginen,**

ez eta aipamen ironiko edo sarkastikorik onartuko.

18. **Biktimak jasaten duen indarkeria-egoeraren errudun moduan utzi lezaketen testigantza edo aipamenak saihestu behar dira** (“emakumea gizonarekin eztabaidan aritu zen”, “urrunketa-agindu bati ezezkoa eman zion”). Arduraduna erasotzailea da.
19. **Informazioa non kokatu kontuan hartuko da, inguriak baldintzatu baitezake albistearen esanahia.** Edozein krimen banalizatzen duen iragarkietatik urrun behar luke halako gisako albisteak.
20. **Erasotzailearen eta biktimaren inguruko testigantzak ez dira datu objetiboak, iritziak dira,** eta ez dute indarkeriaren fenomenoa ulertzen laguntzen. Jarrera kriminal batekin amultsuak diren iritziak saihestu behar dira (“ez da gizon biolentoa”, “bere andrearekin maiteminduta zegoen”).
21. **Adituak agertu behar dira,** emakumeen kontrako indarkeriaren errealitateaz dakitenak eta biktimen egoera ezagutzen dutenak. Gizon eta emakumeek era orekatuan agertu behar dute.
22. **Tratu txarren egoeratik ateratzeko dauden baliabideen berri eman behar du kazetari profesionalak.**
23. **Indarkeria mota hau deusestatzeko beharra gizaritean zabaltzeko** programa berezi, iritzi-artikulu, erreportai, eztabaida eta bestelako eduki sakoneko generoak sustatu behar ditu hedabideak.

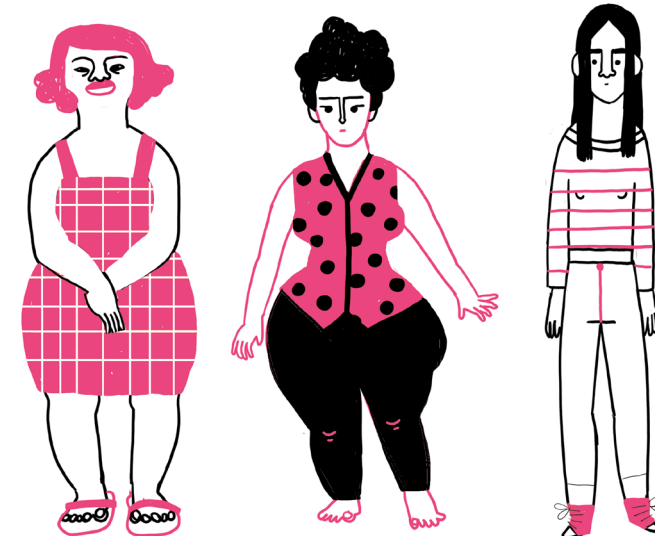
EMAKUMEEN AGERIKOTASUNA

1. Emakumea aniztasun osoarekin errepresentatu eta feminitatearen eraikuntza estereotipatuak saihestuko dira. Emakumeak ez dira kolektibo bat, eredu bakar baten arabekoak. Emakumeek errepresentazio forma ezberdinekin identifikatuta sentitzeko aukera eduki behar dute.
2. Emakumeen ekarpenak ikusgarri egin eremu guztietan. Informazio-iturri direla kontuan hartu, eta historian zehar emakumeek egindako ekarpenak kontuan izan.
3. Emakumeak aditu moduan erakutsi. Ez bakarrik betiko "emakumeen" kontuetan, baizik eta gizarteko eremu guztietan.
4. Maskulinitateari eta feminitateari atxikitako rolak dibertsifikatu. Gizartean finkatutako genero-rolak ihes egiten dieten pertsonak barregarri uzteko joera bazterrean uzteko aniztasuna erakutsi.
5. Emakumearen gorputza ez erabili publizitate-objektu gisa. Emakumearen gorputza bere pertsonatik bereizten bada objektu izatera mugatzen da. Gorputz hori askotan apaingarritarako erabiltzen da, edota produktu bati karga erotikoa gehitzeko, edo pertsonai maskulino baten estatusa osatzeko. Bisualki, sortzen diren irudiek gorputza zatitu egiten dute eta estereotipo bihurtuko den kanon baten arabera moldeztatu.
6. Gorputz osasuntsuaren eta edertasunaren kanonaren arteko lotura saihestu.
7. Emakumeak biktimaren paperean erakustearen naturalizazioarekin hautsi. Askotan emakumeek ilustratzen dituzte gatazkak edo bestelako indarkeriaren eraginak. Horrek emakumeen biktimizaera betiketzen du.
8. Interes orokorreko gaietan forma orekatuan jaso behar dira emakumeen adierazpen, iritzi edo testigantzak. Emakumeei bereziki eragiten dien gaietan emakumeen ahotsak jasotzeko arreta berezia ipiniko da.
9. Albistegai izango dena erabakitzerako orduan berdin baloratuko dira emakumeek zein gizonek burututako jarduerak. Eremu guztietan (politika, ekonomia, kultura, kirola...), gizonek egindako lorpenak jorratzeko bideratzen diren baliabide berberak bideratuko dira emakumeen lorpenak jorratzeko.
10. Emakumeak protagonista direnean deskribapen fisikoak, erreferentzia sexistak, estereotipo laidoak eta esaldi amore-emaileak saihestuko dira.
11. Emakumeek gizartean eratzten duten aniztasuna islatuko da: adina, egoera zibila, arraza, jatorria, itxura, sexu-orientazioa, hezkuntza, erlijioa, lanbidea, egoera sozioekonomikoa etabar.
12. Emakumeak protagonista diren efemerideak ospatuko dira, gizonezkoenak bezalaxe.

13. Hainbat gertakariaren berri ematen den albisteetan titularrean garrantzitsuena jasoko da, gizarteak emakumeei eragiten dieten arazoaren kontzientzia har dezan. (adibidez, urtea orokorrean delitu gutxiagorekin bukatu bada, baina emakumeen sexu-askatasunaren kontrakoak gehitu badira, modu berezian jaso beharko da emakumeei eragiten dien errealitate hau.)

ESTEREOTIPOAK GAINDITU

1. Emakumeak objektu sexual moduan aurkezteak indarkeria sexistan eragina du.
2. Gai hunkigarriak edo gizatasunaren aldetik interesa dutenak ilustratzeko ez dira soilik emakumeen irudiak erabili behar. Gizonak sufritzen ageri diren irudiek ere ilustratzen dute benetan istripuen, hondamendi naturalen eta antzekoen eragina.
3. (Iragarkietan bereziki) Emakumeen arteko leihakortasuna, etsaitasuna edo leialtasunik eza islatzen duten erlazio estereotipatuak ez dira nabarmendu behar (emakumeen artean adiskidetasuna, kooperazioa eta elkartasuna ere existitzen baita).



4. Emakume bati erreferentzia egiten zaionean, testuan ez da familia-harremanei buruzko informazioa agertu behar, gaiarekin zerikusirik ez badu. Gizonentzat eta emakumeentzat irizpide berdinak erabili behar dira, familia-egoeraren berri eman edo ez erabakitzerakoan.
5. Izaerarekin lotutako estereotipoak ez erabili.
6. Gizartean gaitzesgarriak gertatu daitezkeen jarrerak emakumeen kasuan bakarrik argitaratzea ez da justua (*"ama batek bere semea lokutorio batean utzi eta alde egiten du"*). Kazetariak galdetu beharko luke non zegoen aita edo zergatik amak ezin izan zuen umearen bila garaiz iritsi. Gizonezkoenak ere badiren ardurei dagokienez, ez da emakumeen jarrera soilik zigortu behar.
7. Neskato, nerabe eta emakumeen hautu eta erabakiak errespetatuko dira, haien gaineko azaleko iruzkinik egin gabe. Ez dira tradiziozko genero-estereotipo eta -rolak indartuko.
8. Gizonak zaintza- eta etxeko-lanetan irudikatu behar dira (batez ere iragarkietan), konnotazio irragarrik gabe.
9. Molde tradizionaletatik kanpora dauden emakumeen presentziak edukiak aberasten ditu, eta publikoaren interes eta arreta handiagoa piztu dezakete.

ARGAZKIAK, ILUSTRAZIOAK, BIDEOAK

1. Emakume eta gizonen errepresentazioak orekatu.
2. Emakumeen errepresentazio berriak bilatu: kalean, erakundeetan, eskolan... ez bakarrik ama bezala (nahiz eta hau ere agertu behar den, birbalorizatuta).
3. Emakumeak gizonarekiko harremanetan agertzea saihestu: gizonaren besotik helduta, gizonetzkoen atzetik publikoki...), irudietan ere emakume protagonistak bilatu.
4. Biktimismoa, paternalismoa, dramatizazioa eta espektakulua saihestu: morboan erori gabe erakutsi sufrimendua; emakume biktimak jarrera positiboetan ere aurkeztu (adibidez, hondamendi baten ondoren, ez bakarrik artatuak diren emakumeak, baizik eta baita ere besteak artatzen, garbitzen, erabakiak hartzen, etab. ari diren emakumeak. Adibidez, Gazako bonbardaketa bati buruzko albistean, emakumeak ez agertzea soilik oihuka, baizik eta baita ere beren iritzia ematen eta beren aldarrikapenak azaltzen).
5. Ahal dela erredakzioarekin koordinatu: informazio-kriterioak bateratu; testuarekin kontraesanetan dauden mezuak ez direla igortzen bermatu; testuaren faltak osatu, edo alderantziz.

KIROLAK

1. Aisialdiarekin, hezkuntzarekin edo osasunarekin harremana duten bestelako ariketa fisiko edo kirol fomei espazioa ematea komunikabideetan.
2. Kirol munduan emakumeen lorpenak bisibilizatzea eta balioa ematea.
3. Emakumeek egiten duten kirolaren inguruko informazioa handitzea.
4. Femeninoaren edo maskulinoaren etiketatik libratzea kirol praktika oro, era honetan kirol hautaketa askea sustatuz.
5. Kirolari buruz hitzegiten dugunean lengoaia inklusiboa eta ez sexista erabili.
6. Emakumezko kirolarien gorputzaren erabilera ekidin arreta mediatikoa lortzeko.
7. Gaiak eskatzen ez duenean emakumezko kirolariaren lotura familiarrak ez aipatzea; are gutxiago, lorpenak bere familiako edozein kideren babesari esker izan direla aipatzea. Gizonentzako eta emakumeentzako irizpide berberak erabiltzea harreman afektibo edo familiarrak aipatzeko orduan.
8. Kiroletan adituak diren emakumeen iritzia kontutan hartzea informazio iturri gisa; era berean, emakumezko hartzaileen iritzi eta testigantzak kontutan hartzea albistea egiterakoan.
9. Kirol munduan ematen den sexu diskriminazio oro salatzea, modu arduratsu batean zabalduz hauen inguruko informazioa.



INTERESEKO LOTURAK

- **Emakumearen Euskal Erakundea (EAE):**
<http://www.emakunde.euskadi.eus/>
- **Nafarroako Emakumearen Institutua:**
http://www.navarra.es/home_es/Temas/Igualdad+de+genero/
- **IPES emakumeak:**
<http://www.ipesmujeres.org/>
- **Euskal Herriko Bilgune Feminista:**
<http://bilgunefeminista.eus/>
- **Feministaldia. Kultura feminista jaialdia:**
<http://feministaldia.org/>
- **Emakume adituen biltoki digitala:**
<https://www.gabiltza.eus>
- **Pikara magazine:**
<http://www.pikaramagazine.com/>
- **Klitto! Atari digitala:**
<http://www.klitto.com/>
- **Komunikabideen Emakumeen Behatokia (Herralde Katalanak):**
<http://www.observatoridelesdones.org/>
- **Komunikabideen Behatokia berdintasunaren alorrean:**
<https://observatoriodesiguales.wordpress.com/>
- **Emakumeentzako nazioarteko irratiko proiektuak. Specific methodologies and resources for radio trainers:**
<http://smart.radiotraining.eu/>
- **Nazioarteko hedabideen monitoreo proiektua:**
<http://whomakesthenews.org/>

BIBLIOGRAFIA

- **Abril, Natividad** (Dir.): *Jornadas: Género, sexo, medios de comunicación. Realidades, estrategias, utopías.* Emakunde, Gasteiz 2004.
- **Alonso García, L.:** *Lenguaje del cine, praxis del filme: una introducción al cinematógrafo.* Madrid 2010.
- **Bach, M.; Altés, E.; Gallego, J.; Plujá, M. eta Puig, M.:** *El sexo de la noticia.* Icaria, Barcelona 2000.
- **Balseiro, A.M.:** *Análisis de la responsabilidad de los medios de comunicación: informar para prevenir. Los medios como formadores de opinión.* Madrid 2008.
- **Bourdieu, P.:** *La dominación masculina.* Anagrama 2000.
- **Castells, M.:** *Comunicación y poder.* Alianza editorial 2009.
- **Consejo Audiovisual de Cataluña:** *Recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia machista en los medios de comunicación.* Barcelona 2010.
- **Cordeiro López, C.; Rodríguez Gil, A.; Herrero Oiarzabal, A. eta Ruiz Cascajar, P.:** *Estilo liburua komunikabideetan sexismoa ekiditeko.* Bilgune Feminista, Bilbo 2004.
- **DECÀLEG** *per una millor representació de les dones en els mitjans de comunicació.* Observatori de les dones en els mitjans de comunicació.
- **Fernández, N.:** *La violencia sexual y su representación en la prensa.* Barcelona 2003.
- **González Ceuninck, M.P. eta Negrete, A.A.:** *Visibilidad, entre liberación y fijación: Un recorrido queer por los medios de comunicación.* Jornadas del Centro Interdisciplinario de Investigaciones de Género. Buenos Aires 2009.



- **Jorge Alonso, A.:** *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones: Canal Sur TV.* Icaria 2004.
- **López Díez, P.:** *Manual de Información de Género.* RTVE/ Secretaría General de Políticas de Igualdad – Instituto de la Mujer. Madrid 2004.
- **López Díez, P.:** *Deportes y mujeres en los medios de comunicación.* Consejo Superior de Deportes. Octubre 2011.
- **López Díez, P. (Coord.):** *Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y tratamiento informativo de la violencia de género.* Dirección General de la Mujer - Gobierno de Cantabria 2007.
- **López de la Vieja, M. T.:** *Feminismo: del pasado al presente.* Universidad de Salamanca, 2000.
- **Lorente, M.** *Identidad, reconocimiento y medios de comunicación.* Barcelona 2009.
- **Loscertales, A. eta Nuñez, T.:** *Los medios de Comunicación con mirada de Género.* Sevilla: Instituto Andaluz de la mujer 2008.
- **Martínez-Lirola, M.:** *“Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación”.* Palabra Clave 2010.
- **Pearson, J.; Turner, L.H.; Mancillas W.T.:** *Comunicación y género.* Paidós Ibérica 1993.
- **Porras, L. eta Molina, S.:** *Manual de Género para PERIODISTAS.* Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- **Vaca, Beiby (Coord.):** *Ellas y nosotros: una aproximación al discurso de los medios de comunicación catalanes sobre mujeres migradas.* ACSUR.
- **Zenbait autore:** *Mujeres, justicia y medios de comunicación.* Editorial Forum de política feminista 1992.
- **Zenbait autore:** *Se buscan cómplices. Para un tratamiento informativo equilibrado de las mujeres migradas en los medios de comunicación.* ACSUR 2010.
- **WACC:** *Proyecto de Monitoreo Global de los Medios (GMMP) 2010.* (Sarean) www.whomakesthenews.org

ERANSKINAK

KOMUNIKAZIO ETA PUBLIZITATE EZ SEXISTARAKO KODE DEONTOLOGIKOA ETA AUTOERREGULAZIOKOA EUSKADIN

EMAKUNDEK, BEGIRA BATZORDEAREN BIDEZ, MEDIOEKIN ETA
PUBLIZITATE AGENTZIEKIN EGINDAKO KODE DEONTOLOGIKOA, 2015¹¹

OINARRIZKO PRINTZPIOAK

- Emakumeen eta gizonen berdintasunaren eta emakumeen aurkako indarkeriaren arloko legeekiko begirunea.

Komunikazioak (bai publizitatekoak, bai kazetaritzakoak) begirunea gorde behar die indarreko legeei, bereziki, Emakumeen eta Gizonen Berdintasuneko otsailaren 18ko 4/2005 Legean aintzatesten diren balio, eskubide eta printzipioei (lege horrek, hain zuzen, debekatzen du «pertsonak, sexu batekoak edo besteak izateagatik, giza duintasun gutxiago edo gehiago dutela edo sexu-objektu soilak direla adierazten duen publizitate-iragarki oro egin, eman edo erakustea, eta baita emakumeen aurkako indarkeria justifikatu, horri garrantzia kendu edo horretara bultzatzen duen oro ere»); halaber, Genero Indarkeriaren Aurkako Babes Osoko Neurriei buruzko abenduaren 28ko 1/2004 Lege Organikokoei eta Publizitateari buruzko azaroaren 11ko 34/1998 Lege Orokorrekoei (non legez kanpoko gisa sailkatzen baita pertsonaren duintasunaren aurka doan publizitatea, bereziki, haurtzaroari, gaztaroari eta emakumeari dagokienez).

- Publizitate nahiz kazetaritzaren printzipio deontologikoei eta autoerregulaziorikoei

begirunea gordetzea eta horietara egokitzea. Zehaztasuna, egia bilaketa eta inpartzialtasuna kazetaritzaren printzipioetako batzuk dira. Komunikazio ez sexistaren ikuspuntutik, zera esan nahi du horrek: emakumeen aurkako indarkerian sentsazionalismoa errotik kentzeko konpromisoa, ez arriskaraztea informazioen zehaztasuna aurreiritzi eta estereotipo sexistak birsortuz, ez erabiltzea emakumeen edo gizonen gorputza audientzia gehiagotzeko erakargarri gisa eta ikuspegi inklusiboan alde egitea emakume eta gizonen errealitate estereotipatuak azaltzen dituzten ikuspuntu partzialak erabili ordez.

Publizitatearen esparruko kode etikoetan honako konpromiso hauek jaso dira, besteak beste: ez iradokitzea diskriminazio-inguruabarririk, sexu-diskriminazioa barne, eta, merkataritza-helburuak eta zilegi den eragin-nahia gorderik betiere, emakumeen eta gizonen berdintasuna garatzeko aukerak mugatuko ez dituen diskurtso bat sortzea.

- Emakumeen eta gizonen berdintasunarekiko konpromisoa. Publizitate-agentziek eta komunikabideek

¹¹ Publikazio hau egin den egunetan Emakundek, Begira batzordearen bitartez, "Komunikabide lokalekin eta publizitate-agentziekin, Euskadin komunikazio eta publizitate ez sexista egiteko Kode deontologikoa eta autoerregulazioa kontratatzeko" jardunaldiak antolatu zituen. Bertako lankidetzak eman zuen eranskin moduan gehitzen den dokumentu hau. Ekarpenak egiteko fasea ez da amaitu liburu hau publikatu den momentuan, horregatik, aldaketaren bat izan lezake epe ertainean.

eragin garrantzitsua dute imaginario kolektiboan eta iritzi publikoan. Horregatik, beren gain hartu behar dute gizartearekiko duten erantzukizuna, aktiboki hartu ere, emakumeen eta gizonen berdintasuna sustatuko duten ereduak proposatuz.

- **Diskriminazio ezarekiko konpromisoa.** Agentziek eta hedabideek uko egin behar diote sexu-diskriminazioko jarrerak, jokabideak eta egoerak normaltzen edo sustatzen dituzten irudi eta diskurtsoak erabiltzeari. Alboratzekoak dira emakumeak gizonen mende jartzen dituzten rolak, bai eta emakumeen egoera pertsonal nahiz soziala gutxiago den iradokizunak ere. Bereziki, gutxiengo talde bateko kide diren emakumeen kasuan, diskriminazio bikoitza edo hirukoitza ere pairatzen baitute.
- **Emakumeak ikusgai egiteko konpromisoa.** Komunikazio ez sexistak emakumeen eta gizonen presentzia orekatua bermatu behar du nahitaz, biak ala biak agertuz informazio-iturri gisa, baita irudiak eta hizkuntza lantzean ere. Horrek esan nahi du agenda zabaltzea eta dibertsifikatzea, gizartearen esparru guztietan hainbat zeregin betetzen ager daitezen emakumeak, eta haien ekarpenak aitortu eta balioetsi daitezen.
- **Dibertsitatea ikusgai egiteko konpromisoa.** Publizitateko eta kazetaritzako mezuak lantzean, estereotipo eta genero-rolak gabe azaldu behar dira emakumeak eta gizonak; hainbat lan mota eta lanbide betetzen irudikatu behar dira, hala esparru publikoan nola pribatuan, gure gizarteko errealitatearekin bat etorritik. Era berean, agerian jarri behar da zein anitzak diren

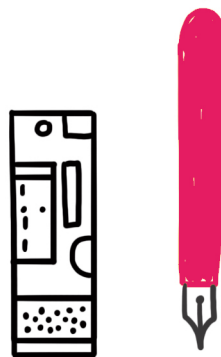
emakumeak eta gizonak adinari, azalaren koloreari, herritartasunari, genero-identitateari, sexu-joerari, gorputz motari, joera estetikoari, gaitasunei eta abarrei dagokienez.

Er da ahaztu behar audientziako pertsonak anitzak direla, eta guztien informazio-premiak ase behar direla, bai eta haien interes ugariak ere. Bazter utzi behar dira ikuspuntu androzentrikoak; hau da, albisteak pentsatzeko eta idazteko garaian gizon (eta, zenbaitetan, emakume) eredu jakin bat hartzen dutenak erreferentziako subjektu bakar moduan. Horrek berekin dakar gai-zerrendan tradizioz interesgarritzat jo ez diren kalitateko edukiak sartzea: hain zuzen, zaintzari, ongizateari, emakumeen eta gizonen arrisku- nahiz segurtasun-jokabideei, osasunari eta abarrei buruzkoak.

- **Estereotipoekin eta zenbait balio, jakintza eta ezaguera eskusiboki emakumei edo gizoni egoztearekin amaitzeko konpromisoa.** Publizitateak eta komunikazioak bazter utzi behar dituzte estereotipo sexistak (sexu-objektua, laguntzaile ederra, emakume zaintzailea, etxeandrea...) eta adierazi behar dute berdinduz errespetagarriak eta erakargarriak direla, hala emakumeentzat nola gizonentzat, bai tradizioz «femenino» gisa jotako balio eta jakintzak (zaintza, enpatia) bai tradizioz «maskulino» gisa jotakoak (lehiakortasuna, boterea, arriskua). Agentziak eta hedabideak gizartearen errealitateari egokitu behar zaizkio, eta dagoeneko izan diren aldaketak sustatu, konbentzionalismo eta aurreiritziak berrikusi, eta emakumeen

eta gizonen berdintasunean benetan izandako aurrerabidea irudikatu (adibidez, emakumeak autoak erosi eta gidatzen dituztela eta gizonak garbiketa-produktuak erosi eta erabiltzen dituztela onarturik). Orobat, errespetuaren eta ezagutzaren proiektioa orekatu behar dute, erakutsiz autoritatea eta gaitasuna ez direla gizonen ondare, eta saihestuz emakumeak mugatu, mendeko, anonimo eta biktime gisa irudikatzen joera gehiegizkoa, hain kaltegarria gazte eta nerabeak gizarteratzeari dagokionez.

- **Indarkeriarik gabeko bizitzaren aldeko konpromisoa.** Hedabideetan emakumeen aurkako indarkeria tratatzean, etikaz eta zehatz informatu behar da, sentikortasuna eta gizartearen gaitzespena sustatuz, indarkeria guztiz desagerrarazteko. Ez soilik indarkeria muturrekoenaren agerpenak (tratu txarrak, erailketa), baita ohikoenak eta normalduenak ere (hainbat esparrutako jazarpenak, tratu txar sotilak, mikromatxismoak, etab.), betiere, begirune berezia erakutsiz zuzeneko biktimei eta haien ingurukoari.



- **Emakumeen eta gizonen berdintasunarekiko konpromisoa, baita enpresa barruan ere.** Beren langileen barne-kudeaketan ere, emakumeen eta gizonen berdintasuna sustatzen lagunduko dute publizitate-agentziek eta hedabideek (hautaketa- eta igoera-prozesuak, soldaten kudeaketa, bateragarritasun erantzukideko neurriak, lanpostuak zehaztea, zereginak banatzea...).
- **Emakumeen eta gizonen berdintasunaren inguruan prestatzeko eta sentikortzeko konpromisoa.** Printzipio horiek babesten direla bermatze aldera, komunikazio-agentziak eta/edo -bitartekoak prestakuntzako eta sentikortzeko jardueretan engaiatu behar ditu bere profesionalak, gai izan daitezen jokabide eta erabilera sexistak identifikatzeko eta berdintasuneko ereduak proposatzeko. Aipatu diren gida-lerro guztietarako, beharrezko izango da hainbat kode ikastea: besteak beste, espazioaren eta keinuen kodea, kromatikoa, konposizioarena, grafikoa, sinbolikoa... Espezializazioa ezinbestekoa da emakumeen aurkako indarkeriari buruzko albisteei dagokienez.

KOMUNIKAZIO PAREKIDERANTZ KAZETARIENTZAKO ESKULIBURUA

