

**PUBLIZITATE ETA KOMUNIKAZIO EZ  
SEXISTARAKO KODE DEONTOLOGIKOA  
ETA AUTOERREGULAZIOKOA  
EUSKADIN**

**OINARRIZKO PRINTZIOAK**

## SARRERA

Publizitate-agentziak eta komunikabideak **sozializatorako eta balioen transmisiorako eta aldaketarako eragile garrantzitsuak gara gure gizartean**, funtsezkoak berdintasun-maila handiagoko gizarte baterantz doan iritzi publikoa sortzeko.

Esparru horretan, BEGIRA-Publizitate eta komunikazio ez sexista erabiltzeko Aholku Batzordea, bere eginkizunak betez, **KOMUNIKABIDEEKIN ETA PUBLIZITATE-AGENTZIEKIN ELKARLANEAN**, Euskadin publizitate eta komunikazio ez sexista egiteko kode deontologiko eta autoerregulazioko bat sortzeko lan-prozesua bultzatzen ari da orain urtebetetik.

Prozesu horretan **parte-hartze aktiboa izan dugu komunikazioaren eta publizitatearen arloko 22 erakundek:**

1. Arista
2. Bizkaiko Publizitate Agentzien Elkartea
3. Euskal Kazetarien Elkartea
4. Aurman
5. Berria
6. Kazetarien Euskal Elkargoa
7. Cope
8. Deia
9. Diario vasco
10. Dimensión
11. Eitb
12. Europa Press
13. Gara
14. MBN Comunicación
15. Onda cero
16. Onda vasca
17. Ser
18. Trupp Publicidad
19. TVE
20. Vasco Press
21. Xabide

Gainera, kontrasterako hasierako prozesu bati ekin zaio honako erakunde hauekin:

1. Adclick
2. Begitu Aldizkaria
3. Bell Comunicación S. COOP.
4. BLOK Comunicación Estratégica
5. Bizkaia Irratia
6. Bostnan
7. Comunicat
8. Foocuzz
9. Hamaika Telebista
10. Hiruka
11. Hitza Egunkaria
12. Imagine Grupo
13. Labox
14. Momik
15. Tokikom
16. Urumeako Kronika

Jarrian, elkarlanean egindako lan-prozesuaren emaitza nagusiak aurkezten ditugu:

- **PUBLIZITATE ETA KOMUNIKAZIO EZ SEXISTARAKO KODE DEONTOLOGIKOA  
ETA AUTOERREGULAZIOKOA EUSKADIN**

Eranskinak:

- PUBLIZITATE EZ SEXISTARAKO DEKALOGOA
- KOMUNIKAZIO EZ SEXISTARAKO DEKALOGOA
- EMAKUMEEN AURKAKO INDARKERIAREN INFORMAZIO-TRATAMENDURAKO DEKALOGOA

## PUBLIZITATE ETA KOMUNIKAZIO EZ

# SEXISTARAKO KODE DEONTOLOGIKOA ETA AUTOERREGULAZIOKOA EUSKADIN

- **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 «pertsonek, sexu batekoak edo bestekoak 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 autoerregulazikoei begirunea gordetzea eta horietara egokitzea.** Zehaztasuna, egiaren 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 birstortuz, ez erabiltzea emakumeen edo gizonen gorputza audientzia gehiagotzeko erakargarri gisa eta ikuspegi inklusiboen 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 eragin garrantzitsua dute imajinario 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 rola, 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 nahitaez, 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 etorri. 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.

Ez 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 erreferentziazko subjektu bakar moduan. Horrek berekin dakar gaitzerrendan 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 gizonei egoztearekin amaitzeko konpromisoa.** Publizitateak eta komunikazioak bazter utzi behar dituzte estereotipo sexistak (sexu-objektua, laguntzaile ederra, emakume zaintzailea, etxeoandrea...) eta adierazi behar dute berdin-berdin 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 gizonek garbiketa-produktuak erosi eta erabiltzen dituztela onarturik). Orobat, errespetuaren eta ezagutzaren proiektioa orekatu behar dute, erakutsiz autoritatea eta gaitasuna ez direla gizonezkoen ondare, eta saihestuz emakumeak mugatu, mendeko, anonimo eta biktime gisa irudikatzeko 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 ingurukoei.
- **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 erantzunkideko 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 prestatutzeko eta sentikortzeko jardueretan engaiatu behar ditu bere profesionalak, gai izan

daitezen jokabide eta erabilera sexistak identifikatzeko eta berdintasunezko ereduak proposatzeko. Aipatu diren gida-lerro guztietarako, beharrezko izango da hainbat kode ikastea: besteak beste, espazioaren eta keinuen kodea, kromatikoak, konposizioarena, grafikoa, sinbolikoa... Espezializazioa ezinbestekoa da emakumeen aurkako indarkeriari buruzko albisteei dagokienez.

## 1. ERANSKINA. PUBLIZITATE EZ SEXISTARAKO

# DEKALOGOIA

## 1 **EMAKUMEEN ETA GIZONEN ROLA ETA IKUSGAITASUNA**

- 1.1 Erakutsi emakume eta gizonak dibertsitate osoan (\*), hainbat rol betetzen eta jokabide-eredu anitzetan,** lanbide, jarrera, zaletasun eta nahiak eskusiboki emakumeekin edo gizonekin identifikatzea saihestuz. Horretarako, publikoa sexuaren arabera sailkatu ordez, bizimoduen arabera sailkatzea proposatu da. (Ez ematea aditzera, adibidez, gidatzea gizonen kontua dela eta zaintza emakumeena; edo bideo-jokoekin jolastea mutilena eta panpinekin jolastea neskena).

(\*). Desberdintasunaren egiturazko faktore ugariak barruan hartzen dituen terminotzat hartzen dugu «dibertsitate» terminoa: esaterako, genero-identitatea, sexu-joera, aniztasun funtzionala, gizarte maila, azalaren kolorea, jatorri nazionala, adina, sinesmenak, etab. Emakumeen kasuan, diskriminazio anizkoitza eta ikusezintasuna dakarte berekin.

- 1.2 Ez erabili estereotipo sexistarik ez eta, teorikoki berdintzaile izanik, benetan ezkutuko matxismoa gordetzen duten eredurik ere.** Ez sailkatu emakumeak ama sakrifikatuaren, femme fatalearen eta abarren moduko estereotipoetan, ez eta gizonak futbola eta garagardoa beste zaletasunik ez duen inozo gisa, edo Don Juan seduzitzaile gisa, etab. ere. Horrez gain, berrikustekoak dira estereotipo sotil eta itxuraz modernoak: adibidez, superwomana (profesional, ama eta emazte perfektua) eta estetika metrosexual bezalako jantzitako matxista.
- 1.3 Erakutsi emakume eta gizonak, dibertsitate osoan, berdintasun-egoeran, pertsona independente eta beregain gisa.** Ez irudikatu emakumeak «halakoren emazte» gisa soilik, eta saihestu honelako esapideak: «gizon handi baten atzean, beti dago emakume handi bat»... Saihestu, halaber, emakumeak besteen nahi eta borondateari moldatzea natural gisa aurkezten duten iragarkiak, aldi berean adieraziz haien bizitza ama edo emazte onak izateak zentzuzkoak edota horixe dela haien pozaren eta errealizazio pertsonalaren iturri bakarra. Desgaitasuna duten emakumeak biktimatzea eta umetzea baztertu behar da.
- 1.4 Erakutsi emakume eta gizonak, dibertsitate osoan, beren eta beste pertsonen zaintzaz eta etxeko lanak egiteaz arduratzen.** Bereiziki



nabarmendu behar da gizonen kasuan, eta elkarbizitzako unitate berean bizi diren pertsona guztien erantzunkidetasuna azaldu. Adibidez, gizonak garbiketa- eta higiene-produktuen, elikagaien, eta haurrentzako produktuen kontsumitzaile potentzial gisa hartzea.

- 1.5 Erakutsi emakume eta gizonak, dibertsitate osoan, lanbide, lan mota eta lanpostu berak betetzen, haien aginte maila, boterea eta gizartean duten garrantzia parekatuz.** Saihestu honelako asimetriak: gizonezko sendagilea / emakumezko erizaina, gizon botereduna / haren emakumezko idazkaria, eta gisakoak. Ez erabili beti gizonezko off-ahotsak agintea, prestigioa eta jakituria adierazteko. Ez erabili beti gizonezko pertsonaia eta ahotsak emakumeei produktuak erabiltzen erakusten dieten adituen roletan (adibidez, garbiketa-produktuetan).
- 1.6 Erakutsi emakumeak beren emozioak eta erantzunak modu egokian kontrolatzeko gai diren pertsona moduan.** Badira jardunbide desegoki batzuk, zeinek emakumeak apatatsu eta erantzunetan zentzugabe moduan azaltzen baitizkigute, bai eta zenbait jokabide ere, emakumeen gaineko praktika bortitzak zurrizera eramanez dezaketenak. Emakume manipulatuak, anker, mendekari nahiz gutziatsuen estereotipoak erabiltzeak ere genero-indarkeriaren gaineko pertzepzioa distorsionatu dezake. Erakutsi emozioak adierazteko gai diren gizonak. Saihestu emakumeen ustezko kontrol falta erantzun bortitzen zurriz izatea.
- 1.7 Saihestu hizkuntzaren erabilera androzentrikoa eta sexista:** hitanoaren atzizki maskulino generikoaren ordezkotako hautabideak baliatzea (adibidez, «Ekarri hire proposamena» erabiltzea «Ekar ezak hire proposamena»ren ordezkotako, edo «gizon» hitzaren esanahi generikoa saihestea), iragarkien mezuetan emakumeak ez baztertzeko aldera. Ez erabili genero-markarik bi sexuek kontsumitu ditzaketen produktuak sexu bakarrari esleitzeko (adibidez, ez erabili genero-marka femeninoa garbiketa-produktuetan eta maskulinoa garagardo-iragarkietan). Saihestekoak dira honelako asimetriak: esaterako, gizonak abizenez eta emakumeak izenez deitzea, edota «gizon» hitza erabiltzea versus «neska».
- 1.8 Baztertu emakumeen aurkako indarkeria motaren bat dakarten argudio, esamolde eta irudiak.** Saihestu emakumeen kontrako edozein indarkeria mota dakarren jokabide nahiz jarrerak erabiltzea edo justifikatzea.

## **2 EMAKUMEEN ETA GIZONEN GORPUTZA ETA IRUDIA**

### **2.1. Lotu emakume eta gizonak, dibertsitate osoan, edertasun-estandar desberdinekin, arrakasta sozial eta ekonomikoa lortzearekin uztartu gabe.**

Ez mugatu emakumeen bizitza-helburuak eredu estetiko jakin batzuetara egokitzeari; bereziki saihestu behar da nerabeen osasun fisiko nahiz psikikoaren gaineko presioa areagotzea.

### **2.2 Sustatu askotariko edertasun-moldeak, albo batera utzita gaur egungo kanonak, hainbatetan kaltegarriak osasun fisikoari eta psikologikoari dagokienez (emakumeen kasuan, gaztea, argala eta desgaitasun gabea izatea; gizonen kasuan, gihartsua izatea). Ez sustatu perfekzioan oinarritutako edertasun-eredu bat, eta ez aurkeztu gorputza zuzendu beharreko inperfekzio-eremu gisa.**

### **2.3 Erakutsi emakumeen eta gizonen gorputzak dibertsitate osoan, bazter utzita emakumea gizonaren sexualitatearen eta nahien zerbitzura edo dekorazio-objektu aldagarri, estetiko eta sexual pasibo gisa erakusten duten irudikapenak.** Ez erakutsi emakumearen gorputza publikoaren arreta erakartzeko modu gisa ez badu harremanik iragarkiko produktuarekin. Adibidez, ez baliatu emakumezko gorputzaren zenbait atalen gaineko fetitxismoa (ezpainak, hankak, oinak...) bezero potentzialen begirada eta arreta erakartzeko apeu moduan. Adibidez, saihestu nesken sexualizazioa eta hipersexualizazioa, bai eta gizarte-talde jakin batzuen; esaterako, afrikar jatorriko emakumeen hipersexualizazioa bidaien edo edari alkoholduen iragarkietan.

### **2.4 Azaldu emakumeen gorputzari lotutako prozesuak (hilekoa eta menopausia, kasu) prozesu natural eta osasuntsu gisa. Ez azaldu emakumeak osasunari lotutako botika eta elikagaien hartzaile nagusi gisa.** Emakumeak izaki ahulak eta gaixoberak direla eta zaintza, medikamentu eta dieta bereziak behar dituztela ematen du aditzera. Ez aurkeztu emakumeen berezko prozesurik (esaterako, hilekoa eta menopausia) patologia gisa, eta ez adierazi isilik, lotsaz eta diskrezioz bizi behar direla. Ez eman aditzera emakumeak direla bi sexuek agertzen dituzten ondoeza fisikoei lotutako produktuen hartzaile potentzial bakarrak (zuntz askoko elikagaiak, hemorroideen aurkako kremak, nutrizio-produktuak...).

### **3 DIBERTSITATEA ETA DISKRIMINAZIO ANIZKOITZAK**

- 3.1. Tratatu parekide gisa pertsona guztiak, dibertsitate osoan, eta berdin egin ikusgai:** arruntean aurkeztu gizartearen talde gutxiagotuak edota diskriminatuak (biztanleriaren esparru zabalei zuzendutako produktuetan), eta ez soilik berariaz kolektibo horri zuzendutakoetan eta beren errealitateari buruzkoetan (adibidez, hainbat produktuen iragarkietan egon daitezela jatorri nazional eta etniko desberdinetako emakumeak, gizartearen errealitatearen isla moduan, eta ez soilik etorkinei zuzendutako iragarkietan).
- 3.2 Erabili existitzen diren sexualitate ugariak islatuko dituzten mezuak,** jarrera lesbofobo, homofobo eta transfoboak adierazten dituzten edukiak baztertuta.
- 3.3 Azaldu iragarki-mezu guztietan sexu-, genero- eta familia-aniztasuna, eta saihestu diskriminazio-jarrera oro,** heterosexualitatea eta genero-binarismoa aukera bakar edo normal gisa jotzen duen ikuspegi tradizionala gaindituta (adibidez, etxeari buruzko iragarki batean familia homoparental bat ere atera ahal dadila).

## **2. ERANSKINA. KOMUNIKAZIO EZ SEXISTARAKO**

# DEKALOGOIA

## 1 EMAKUMEEN ETA GIZONEN ROLA

- 1.1. **Azaldu emakumeek eta gizonek jendartean betetzen dituzten zereginen aniztasuna:** Eremu eta alor guztietan sustatu emakumeen protagonismoa. Albisteen edukia zabaldu eta dibertsifikatu behar da, emakumeak gaur egungo gizartean guztiz integratuak dauden pertsona gisa egiteko ikusgai, ez zeregin jakin batekin soilik. Era berean, esparru, zeregin eta jarrera anizteta azaldu behar dira gizonak, maskulinitasuna boterea, lehiakortasuna eta oldarkortasunaren gisako balioei lotzea saihestuz.
- 1.2. **Dibertsifikatu iturri gisa kontsultatzen diren adituak, emakumeak rol horretan apenas agertzeraren daramaten inertiak berrikusiz.** Adibidez, alboratu solaskide moduan beti instituzioen hierarkiaburuak erabiltzeko ohitura (unibertsitateko dekanak eta katedradunak; egunkari-zuzendariak,...), hala, emakume eta gizonak beren ezagueren arabera kontsultatzeke aukera zabalduz, eta ez haien karguen arabera (gai jakin bati buruz ikertzen duten akademia-kideak, kazetari espezializatuak, etab.).
- 1.3. **Erakutsi emakume eta gizonak, dibertsitate osoan, lanbide, lan mota eta lanpostu berak betetzen, haien aginte maila, boterea eta gizartean duten garrantzia parekatuz.** Saihestu honelako asimetriak: gizonezko sendagilea / emakumezko erizaina, gizon botereduna / haren emakumezko idazkaria, eta gisakoak. Tradizioz emakumeei egotzitako ezaguera, lan eta jarreraren aitormena sustatzea.
- 1.4. **Erakutsi emakumeak eta gizonak, dibertsitate osoan, beren eta beste pertsonen zaintzaz eta etxeko lanak egiteaz arduratzen.** Bereziki nabarmendu behar da gizonen kasuan, zaintzan engaiatu daitezkeen, eta elkarbizitzako unitate berean bizi diren pertsona guztiak erantzunkide izatearen beharra erakutsi behar da. Pertsonen zaintzak bizitzaren beste esparru eta sektoreak mantentzeko duen garrantzia eta horien arteko erlazioa azaltzea.
- 1.5. **Saihestu estereotipo sexistak, bereziki, baztertzaileak eta iraingarriak direnak.** Albisteen edukiek emakumeen irudi orekatua eta estereotiporik gabekoa lortzen lagundu behar dute (biktima/sexu-objektu/ ama sakrifikatu...), bai eta gizonena ere (playboy-andrekoi/garaile/heroi...).

- 1.6. Erakutsi emakumeak eta gizonak, dibertsitate osoan, zeregin desberdinak betetzen eta jokabide-eredu eta izaera-ezaugarri anitzekin.** Saihestu lanbide, jarrera, zaletasun eta nahiak eskusiboki emakumeekin ala gizonekin identifikatzea, bai eta feminitate eta maskulinitasun eredu tradizionalak transmititzea ere. (Emakume gozoak/gizon oldarkorrak; emakume zaintzaileak/gizon hornitzaileak, etab.).
- 1.7. Elkarrizketa eta artikuluetan, tratatu pareko gisa emakume eta gizonak.** Kontu hartu ea emakumei gizoni inoiz egingo ez genizkiekeen galderak egiten ari gatazkien (adibidez, emakumezko ministro bati amatasuna bateratzeko nola egingo duen galdetzea) eta alderantziz (adibidez, gizonzko politikari bati futbolari buruz galdetzea, gizona denez horregatik interesa duela usterik aurrez).
- 1.8. Hautsi emakumeak biktimatzeko joerarekin. Tragediak ez du emakume aurpegia soilik.** Saihestu hondamendi naturaletan, gatazka armatuetan eta abarretan beti emakume sufritzaileen irudi eta lekukotzak erabiltzeko joera. Agerian utzi, halako albisteetan, emakumeak ez direla biktima babesgabeak soilik: gizarte-eragile aktiboak ere badira (adibidez, aktibistak). Aldiz, positiboa da hondamendi, tragedia edo gatazka berak emakumeen eta gizonen bizitzetan, bai eta gizarte talde jakin batzuetan ere (haurrak, adinduak, etorkinak, etab.), izandako eragin desberdinari begiratzea. Bereiztekoak dira, batetik, norbait biktima gisa aitortzea eta, bestetik, pertsona hori berriz biktimatzea (haien sufrimenduan gelditzea, indarkeriari eta bidegabekeriari aurre egiteko duten gaitasuna erakutsi gabe).
- 1.9. Aintzat hartu zer eragin izango duen jokabide jakin batek emakumeen eta gizonen berdintasuna sustatzeari edo aurkatzeari dagokionez.** Emakumei egotzitako irudi sozialak eragina izan dezake datozen belaunaldien jardunaren, autoestimua eta abarren mailan. Gizarte mailako arrakastari lotutako maskulinitasun eta feminitate irudiek bereziki eragingo dute haien balio eta lehentasunetan. Oinarritzkoa da erreferente anitzak ematea: hedabideetan apenas agertzen badira emakumezko kirolari profesionalak, politikariak edo musika-kritikariak, eta ez bada agertzen hurren nahiz adinduen zaintzara emandako gizonik, mugatu egingo ditugu gazteek beren etorkizuneko lanbidea tradiziozko rola alde batera utzita irudikatzeke aukerak.

## **2 EMAKUMEEN ETA GIZONEN IKUSGAITASUNA**

- 2.1 **Zuzendu albisteetan gizonak subjektu aktibo gisa azaltzeko joera gehiegizkoa.** Eman garrantzi paritarioa gai eta sektore feminizatuei eta maskulinoetuei. Adibidez, krisi ekonomikoari buruzko informazioetan, jarri arreta sektore feminizatuetan izan duen eraginean ere: mendekoen zaintzaileengan edota etxeko langileengan, kasu.
- 2.2 **Jarri agerian emakumeek dituzten zailtasun eta arazoak eta gizartean betetzen duten zeregin funtsezkoa.** Eman emakumeen eskubideen aurkako politika eta ekintzen berri, bai eta misoginia elikatzen duten espazio publikoko diskurtso eta jarreraren berri ere.
- 2.3 **Eman garrantzi eta ikusgaitasun paritarioa emakumeak eta gizonak protagonista diren albisteei, espazioaren banaketari eta orrian duten kokaguneari dagokionez (ordena, atala...).** Adibidez, Joko Olinpikoen berri ematean, eman antzeko protagonismoa emakumezkoen eta gizonezkoen kategorietako emaitzei, edo emaitzak kirol mailan duen garrantziaren arabera izan dadila protagonismoa, eta ez gizonezkoen kirola lehenesteko joeraren baitakoa.

### **3 EMAKUMEEN ETA GIZONEN GORPUTZA ETA IRUDIA**

- 3.1 **Saihestu emakumearen gaineko ikusmoldea distortsionatzen dituzten fisikoari, erakargarritasun sexualari edo janzerari buruzko aipamenak.** Baztertu esparru publikoan duten posizioa dela-eta albiste diren emakumeak estetikoki epaitzeko joera, gizonei egiten ez zaiena (adibidez, emakumezko politikarien arropari buruzko oharrak, edota aktore bati elkarrizketa batean, gizonezkoari egingo ez litzaizkioken komentario morbosoak egitea emakumezkoari).
- 3.2 **Erakutsi emakumeen eta gizonen gorputzak dibertsitate osoan, bazter utzita emakumea audientziaren sexualitatearen eta nahien zerbitzura edo dekorazio-objektu aldagarri, estetiko eta sexual pasibo gisa erakusten duten irudikapenak.** Emakumeen gorputza ez da albisteak irudiz janzteko apaingarri gisa erabili behar. Albisteak irudiztatzeko emakume eder nahiz erdi-biluzien irudiak aukeratzea, ez irudiak albistearekiko duen garrantziarengatik, baizik eta audientzia gehiagotuko duela pentsatuta; halako jardunbideek kazetaritza-printzipio bat urratzen dute: kazetaritzaren kalitatea enpresen interesen mende ez jartzearena.

**3.3 Sustatu askotariko eta perfekzioan oinarritu gabeko edertasun-moldeak, albo batera utzita gaur egungo kanonak, hainbatetan kaltegarriak osasun fisikoari eta psikologikoari dagokienez (emakumeen kasuan, gaztea, argala eta desgaitasun gabea izatea; gizonen kasuan, gihartsua izatea).** Hau da, ikusgai egin nagusi den kanonarekin (emakumeen kasuan, gaztea, argala, femeninoa estetikaz, eta desgaitasun gabea) bat ez datozen gorputzeko pertsonak. Telebistan, horrek zera esan nahi du: kameraren aurrean agertzen diren profesionalei (berriemaile, aurkezle, etab.) eta elkarriketatuei feminitate- eta maskulinitasun-eredu hertsiei lotutako mandatu batzuk betetzeko eskatzen bazaie, zuzentzekoa dela jardunbide hori. Saihestekoak dira jardunbide hauek ere: argazki-erreportaje batean emakumeen gorputza gehiago nabarmentzea, arropa sexia jantzi dezatela edo modu seduzitzailean jarri daitezela iradokitzea (gizonezkoei ez zitzaielarik halakorik eskatuko), osagarri femeninoak eta beharrik gabeko makillajea eraman ditzatela exijitzea, etab.

#### **4 HIZKUNTZAREN ERABILERA EZ SEXISTAK**

- 4.1 Aintzat hartu zein garrantzitsua den hizkuntza balioak transmititzeko tresna gisa: beharrezkoa da ahalegin guztia jartzea hizkuntza ez-diskriminatorioa, emakumeak ikusezin bihurtuko ez dituen, erabiltzean.** Gomendagarria da maskulino generikoaren ordezkotako hautabideak sustatzea (adibidez, «maisu-maistrak» edo «jaun-andreak» erabiltzea, maskulino soilaren ordezkotako). Halaber, ez erabili -sa atzizkia «aktorea», «alkatesa», «langile» eta gisako hitzak sortzeko («aktore», «alkate», «langile», etab. generikoak dira jada).
- 4.2 Erakutsi emakume eta gizonak pertsona independente eta beregain gisa, hizkuntzaren erabileraren bitartez.** Bazter utzi emakumeak gizonen mendeko edo ondasun gisa irudikatzen dituzten esamoldeak. Ez da gomendagarria gizon batekiko duten ahaidetasun-harremanaren arabera identifikatzea emakumeak; beharrezkoak ez badira, saihestu egin behar dira ahaidetasunari buruzko aipamenak. (adibidez, emakumea berez bada ospetsua, «halakoren alaba» edo «halakoren emazte» gisa izendatzen jarraitzea; gogoan izan Pénélope Cruz eta Estrella Morente).
- 4.3 Ondo identifikatu hizpide diren pertsonak, haien lanbideak eta karguak. Saihestu albisteen tratamenduan gehiegizko konfiantzaz jokatzeko.** Saihestu emakumeak haien izen osoa erabili gabe aitatzeko joera nagusia (adibidez,

emakumezko eledun baten adierazpenak jaso eta haren izenik ez ematea) eta baita hedabideetan beren errekonozimendu publikoz azaltzen direnean ere emakumeak ponte izenez aipatzekoa. Saihestu gizonak abizenez eta emakumeak izenez aipatzearen gisako asimetriak (Rajoy/Soraya; Penélope/Bardem).

**4.4 Kontu jakintzat hartu emakumeek gizarteko talde eta kolektibo desberdinetan parte-hartzen dutela, eta ez izendatu kolektibo berezi eta unitario gisa.** Emakumeak biztanleen erdia baino gehiago dira. Hala eta guztiz ere, ohikoa da hedabideetan «beste kolektibo bat» balira bezala aipatzea emakumeak: adinduak, etorkinak, sindikalistak, emakumeak... Ikusmolde horretan, badirudi emakumeak ez direla gizartearen talde ugarien erdiak, beste talde berezi bat baizik; horrela, gainera, ikusezin egiten da badirela emakume adinduak, etorkinak, sindikalistak etab. ere. Saihestekoak dira honelako ikuspuntuak: «emakumeen botoa erabakigarria izango da», zeinak agerian uzten baitu «gizonezkoen botoa» jotzen dela estandartzat; bai eta «kirola / emakumezkoen kirola» moduko adierazpideak, unibertsal eta neutrotzat aurkezten baitute maskulinoa.

## 5 GENERO-IKUSPEGIA ETA IKUSPEGI INKLUSIBOA

**5.1 Albisteetan genero-ikuspegia sartzearen alde egin, aintzat harturik horrek kazetaritzako interpretazio- eta azterketa-lana areagotu dezakeela.** Hau da, aztertu errealtate sozial batek emakumeen edo gizonen artean duen eragin desberdina, eta behatu eta jakinarazi orobat nola baldintzatzen dituen sexismoak errealtate sozialak (adibidez, esan nola Mendekotasun Legean izandako murrizketak eragin handiagoa izan duen emakumeengan, emakumeak baitira mendeko pertsonak zaintzeko ardura duten gehienak; edo aztertu zer-nolako harremana dagoen trafiko istripuen eta gizonezkoen jokabide arriskutsuen artean). Hala jokaturik, ez dira alboratuko emakumeei, gizarte-kokagune desabantailatsuagoan egoteagatik, eragiten dieten diskriminazio eta inguruabar espezifikoak; halaber, sozializazio matxistak gizonen bizitzan zer-nolako eragina duen inguruko gogoeta sustatuko da.

**5.2 Gurutzatu genero-ikuspegia diskriminazio sozialaren beste elementu batzuekin.** Kazetaritzako ikuspuntuaren aberasgarri da «nori eragiten dio errealtate honek» galdera «gizonak» eta «emakumeak» kategorietara ez mugatzea, eta azterketan desberdinkerien egiturazko beste faktoreak



sartzea: adina, genero-identitatea, sexu-joera, aniztasun funtzionala, gizarte maila, jatorri nazionala, azalaren kolorea, etab. Emakume eta gizonak homogeneizatzeko joeraren aurka, zehatz mehatz aritzea gomendatzen da, hainbat diskriminazio-faktoreren arteko gurutzagunean dauden pertsonen egoera zehatza aztertzeko eta horren berri emateko. Adibidez, adindu homosexualen buruzko erreportajeak, preso dauden transexualen eskubideei buruzkoak, desgaituen ugalketa-eskubideei buruzkoak, Atzerriartasun Legearen azken erreformak emakumezko etorkinen gain izandako eraginari buruzkoak, etab.

**5.3 Erabili existitzen diren sexualitate ugariak islatuko dituzten mezuak.** Ez erakutsi heterosexualitatea eta genero-binarismoa aukera bakarra edo "normala" balitz bezala. Horrek berekin dakar jarrera lesbofobo, homofobo eta transfobikoak saihestea eta salatzea, baina baita egunerokotasunean heterosexualak ez diren edota sexu-genero sistema binarioarekin bat ez datozen gorputzeko pertsonak ere ikusgai egitea (transexualak, transgeneroak, intersexualak). Adibidez, ez jo alde aurretik elkarrizketatua heterosexualtzat (ez galdetu «mutil-» edo «neska-lagunen» inguruan, baizik eta bikoteen inguruan...), eta ez nabarmendu uneoro pertsona baten transexualitatea, ez bada albisterako garrantzitsua (adibidez, ez aipatu Lana Wachowski zinema-zuzendaria «Lana Wachowski zuzendari transexual» gisa haren azken pelikulaz hitz egitea bada asmoa).

**5.4 Arruntean egin ikusgai gizarte-talde gutxiagotuak edo diskriminatuak, ez soilik haien errealitateari buruzko eduki berezietan.** Emakumeen kasuan, «emakume zientzialariak», «emakumeak kirolean» eta horrelako erreportaje espezifikoak egiteko joeraren orde, sartu emakumea modu normalduan zientziari eta kirolari buruzko edukietan. Era berean, normaltzekoa da emakume eta gizon etorkinen presentzia, bai eta adinduen, homosexualena, transexualena, desgaituena, etab. gai mota guztietan, halakoak hedabideetan beren etorkin-, adindu-, homosexual-, transexual-errealitate jakin bati buruz hitz egiteko besterik ez agertzeko joerari aurre eginez.