

MEDIA-MARKET eta bere publizitate-sexista

Emakumeek eta gizonak bete izan ohi dituzten roletan aldaketa handiak ari dira gertatzen. Emakumeek lan-merkatuan daukaten partaidetza handiagoa, hezkuntzako maila guztietan egoteko aukera, prestakuntza eta kulturara sarbide handiagoa izatea, eta, hein txikiago batean, erabakiak hartzen diren eremuetara sarbide handiagoa izatea. Aldaketok ez lirateke posible izango mugimendu feministen funtsezko ekarpenik gabe, ezta anonimatuan emakumeen eskubidee alde lan egin duten emakume horien guztien ahaleginik gabe ere.

Hala ere, badaude indarrean estamentu asko kultura sexistaren barruan, beste helburu batzuk lortzeko; ekonomikoak kasu gehienetan. 26.2 estamentuak ezartzen du honakoak: “Debeku da pertsonak, sexu batekoak edo bestekoak izateagatik, giza duintasun gutxiago edo gehiago dutela edo sexu-objektu soilak direla adierazten duten publizitate-iragarki oro egin, eman edo erakustea, eta baita emakumeen aurkako indarkeria justifikatu

Lan-merkatuan, erabakiak hartzeko orduan eta emakumeen indarkerian aurkitzen dugun diskriminazioa, ez da egun batetik bestera sortzen den arazoa. Tamalez, kultura matxistaren ondorioa da, gizona zkoen ahalguztidun perspektibatik.

Esparru desberdinetan aurrerapausu garrantzitsuak ematen ari dira: gizartean, hezkuntzan edota politikan. Datozen belaunaldietan generoen arteko berdintasuna nagusi izan dadin eta behingoz ahazteko ikuspegi atzerakoiak, non emakumea beti zegoen maila baxuago batean. Hala eta guztiz ere, merkataritza munduko zati batek kontra egiten dio dinamika honetan parte hartzeari eta jarraitzen du publizitate sexista erabiltzen. Iragarkia ikusten ari denaren sentsibilitate sexistarekin jokatzeko dute, soilik helburu ekonomiko bat lortzeko. Era honetako iragarkiak, emakumea tresna sexual bat bezala kokatzen dute, ez duintasuna, erabakiak hartzeko askatasuna eta portaera daukan pertsona bezala.

Media-Market enpresak egindako iragarki honetan argi eta garbi erakusten da sexismoan oinarritutako kanpaina bat zer den. Ez bakarrik erabiltzen den irudiagatik, baita ere erabilitako mezuarekin.

Uste dugu, era honetako iragarkiak eta kanpainak oraintsu Emakume eta Gizona zkoentzako Berdintasun legearen 26.2 artikularen aurka doala: *“Debeku da pertsonak, 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.”*

Eta hau guztiagatik, erakunde politiko bat izanik eta ditugun eskubide legitimoak baliatuz gure estatutu etako 15. artikuluan oinarritzen gara: *“ARALAR emakumeek gure gizartean jasaten duten diskriminazioaren aurrean sentibera izanik, bere egiten ditu mugimendu feministek generoen eskubide-berdintasuna lortzeko borroka sozial eta politikoan egindako ekarpenak. Gainera, bere gertutasuna agertzen du emakumeek beren beharrian, gogo eta gaitasunarengatik benetan merezi duten lekua lor dezaten gogotik lan egiteko. Ildo horretatik, ARALARrek politika aktiboak aplikatuko ditu erakundearen barruan sexuen arteko oreka eta aukera-berdintasuna ziurtatzeko.”*

Honako elegitea aurkeztea erabaki dugu emakumezkoen eta gizonezkoen berdintasunaren defentsoriara helburu honekin: Media-Market enpresaren publizitate sexista hau gure lurraldetik desagertzea.

Publizitatea jarraitzen baldin badu, beste aldarte juridiko batetik egingo ditugu beharrezkoak diren salaketak.