



#K  
ON  
L

#Komunikatu\_ON

# Irakasleentzako hezkuntza proiektu interkulturala



# Aurkibidea

1. Aurkezpena
2. Sarrera
3. Hartzaileak
4. Helburuak
5. Metodologia
6. Zeharkako ikuspegiak
7. Funtsezko kontzeptuak
8. Komunikabideak aztertze gakoak
9. Estereotipoak, aurreiritziak eta zurrumurruak
10. Dinamikak
  - 10.1. Irudiak sare sozialetan
  - 10.2. Irudiak publizitatean
  - 10.3. Teleberria
  - 10.4. Telebistako serieak
  - 10.5. Publizitate iragarkiak
  - 10.6. Musika/Bideoklipak
11. Eta nik orain, zer ... ?
12. Bibliografia

# 1

## Aurkezpena



Gipuzkoako SOS Arrazakeriatik Unitate Didaktiko hau eskaintzen dugu irakasleek bere ezagutzak handitzeko hezkuntza mediatikoan, aniztasun kulturalaren eta genero begiradarekin.

Gure esperientzia luzearen ondoren **#Komunikatu\_ON** proiektuan, irakasle asko izan zarete interesa adierazi duzuenak dibertsitateak mundu mediatikoan aurkezten dituen erronkei aurre egiteko gogoia duzuenak.

Komunikabideek potentzial handia dute heziketan eta jarrera pro- sozialak indartu ditzakete; beti ere, ondo erabiliak izanik.

Honengatik gida honetan baliabide ezberdinak aurkezten dizkizuegu inguratzen gaituen kultura mediatikoa ulertu eta aktiboki hauetan parte hartzeko lagungarri izango zaizkizuenak: honela, zuen ikasleak gidatu eta hezteko. Komunikabideen eta sare sozialek indar eta botere handia dute. Giza eskubideen indartzerako eta eraldaketa sozialerako aprobeztatzea da helburua.

# 2

## Sarrera

*La lectura de la palabra no es sólo precedida para la lectura del mundo sino por cierta forma de “escribirlo”, es decir, transformarlo a través de nuestra práctica consciente.*

*Paulo Freire.*

Eskola bizi garen gizartearen isla txikia da, eta gizarte horretan arrazakeria eta xenofobia dira gorroto-delituen arrazoi nagusia. Arraza edo Etnia Biktimen Laguntzarako Zerbitzuak 2015an 55 salaketa erregistratu zituen eskolaren inguruan. Bazterkeriak, indarkeria arrazista eta matxistak, aurreiritziak, zurrumurruek eta albiste faltsuak, zoritxarrez, gure bizitzari aurre egiten diete eta gizarte gero eta anitzago batean bizi ahal izatera eragozten dute.

Era berean, eskola balioetan hezteko gunea da, eta horrek saihestu eta eragotzi egiten du jokabide arrazistak, matxistak eta diskriminatzaileak errepikatzea. Horretarako, ikastetxeetako funtsezko eginkizunetako bat ikasleak bizi garen munduaren irakurketan alfabetatzea da. Mundua irakurtzen ikasiz bakarrik ulertu, kritikatu eta eraldaketan konprometitu gaitzake.

Mundu hau irakurtzea, gaur egun, Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologia eskaintzen dituzten komunikabide berrien bidez jasotzen dugun informazioa da. IKT-ek bide horretan duten zeregina nagusia da, gizarteratzea eta gazteen eragina direla eta; izan ere, bere bizi-estiloetan ezartzen da, bestearekin elkar eragiteko moduak ematean eta, areago, inguruan duen guztia jasotzean. Horien artean Internet dago, zeinak geroz

eta presentzia gehiago duen gure gizartearen; munduko komunikazioa aldatzeko gaitasuna izaten ari da; Aukera ugari eskaintzen ditu, baina baita arriskuak ere. Gehiegizko esposizio-gunea da, informazio-kopuru handi bat eskuratu daiteke, eta erabilera desegoki batek indarkeriaren pentsamenduaren eta manifestazioen manipulazioa ekar ditzake. 18 eta 24 urte bitarteko europarren heren batek adierazten du sare sozialak direla informazio-iturri nagusia (Digital News Report, 2017)

Irratia, prentsa idatzia eta telebista egon direnetik, komunikabideek errealtatearen erreproduzioa eskaini dute. Irudikatutako errealtatea pertzepzioez, ideiez, sinesmenez, profesionalen interes kulturalaz, ekonomikoez edo politikoez eraginda dago.

Komunikabideek mezuaren hartzaileak diren taldeari egokitutako mezuak zabaltzen dituzte, estereotipoak eta aurreiritziak egokituz. Hau estrategia bat da errealtatearen urruntzea emateko eta benetan gertatzen ari denaz islatzeko. Hortaz, estereotipo eta aurreiritzien sortzean eta erreproduzioan eragiten dute komunikabideek. Hauek gorrotoaren diskurtsoan ondoriozta dezakete: pertsona edo taldeei zuzentzen dira, talde etniko bateko kide izateagatik, generoaren, nazionalitatearen, erlijioaren, orientazio sexualaren, adinaren, gaitasunen, hizkuntzaren, iritzien, estatus sozioekonomikoaren edo itxuraren arabera.



Internetaren eta sare sozialen ailegatzeak estereotipo, aurreiritzi eta zurrumurru hauen hedatzeak areagotu ditu, mezuak askoz azkarrago zabaltzen direlako eta jende gehiagorengana iristen delako. Emozioei benetako gertaerek eragiten dieten fake news (gezurrezko notiziak) eta post Truths (postegia) sortzeko eta zabaltzeko erraztasunak gertaera eta iritzien eta pentsamenduaren manipulazioaren arteko nahastea eragiten du.

Era berean, ingurune birtualak anonimata eta distantziaren sentazioa ezaugarritzen ditu. Honek zaildu egiten du gure ekintzen eta mezuen ondorio emozionalak ikustea; pertzepzio faltsua da onlineko munduan gertatzen denak offline bizitzan ez duela eraginik. Gure mezuak zuzenduak dauden pertsonen arteko enpatia kaltetua ikusi daiteke, besteari mina egiteko erraztasun gehiago sentiaraziz.

Errealitate zail honen aurrean galdetzen gara: nor eta nola ari da gure gazteak hezten? Nork eskaintzen dizkie balore etiko eta sozialak? Nork erakusten die zein eredu jarraitu dezaketen eta zein ez den egokia?

Bizi garen Informazioaren eta Komunikazioaren Gizartean, irakasleriaren eta ikasleen gaitasun mediatikoa ezinbestekoa da, eta hezkuntza-prozesuan lantzen diren gainerako eskumenei gehitu behar zaie, kulturen eta generoaren arteko kompetentziak lotuta eta zeharka. Prestatu egin behar gara eta ikasleak ere prestatu behar ditugu bizi garen mundu konplexu honetan errealitatea ulertzen, aztertzen eta gogoeta egiten jasotzen denaren guztiaren inguruan. Irakurketa kritikoa, pentsamendu kritikoa eta alfabetizazio mediatikoa garatu behar ditugu ikasleen eta irakasleen artean.

Prestakuntza eta informazio handiagoko izateak ez du soilik teknologia-gaiei buruz bakarrik izan behar, baizik eta erabiltzaileen eta Interneten arteko elkarrekintza ona bermatzen duten hezkuntza-eremuetan ikastean datza.

Sareak eta komunikabideak eskaintzen dituen aukerak anitzak eta ugariak dira, eta honengatik, garapen etiko-moral egokia landu beharra dago modu egoki eta arduratsu batez erabiltzeko. Honek, hezkuntza arloan eta hezkuntza sisteman erabilpen egokia egitera bideratuko ditu ikasleak.

Komunikabide sozialek paper garrantzitsu bat jokatzen dute, positiboa edo negatiboa, herritarrengan eta gure geletan dauden gazteen bizitzan ere. Hortaz, nahitaezkoa da ikasgelan sartzea, ez bakarrik bere ahalmen didaktikotik, baita hezkuntza-potentzialetik ere.

Lan honetarako beharrezkoa eta garrantzitsua dela uste dugu gure gazteen bizitzan sare sozialek duten eragina jakitea. Hautan garapen emocional, pertsonal, kognitibo eta etikoak ematen dira. Internetek eta sare sozialek askatasuna ematen diete ikasleei nahi dutena ikusteko eta entzuteko, beren ideiak esateko, nahi dutena eskatzeko, esperimentatzeko, edota harremanak izateko. Askatasun eta autonomia premia horri erantzuten dio gazteek bizi duten momentuagatik: aldaketa pertsonalak, nortasunaren eraikitzea, besteengatik bereizteko beharra, aske sentitzeko nahia ...

Baina, garapen maila hori kontuan hartuta, zer espero dezakegu beraietaz? Nola iritsi gaitezke beraiegana kontuan hartuta pentsamenduak, enpatia edo maila morala? Eta bestalde, kontziente al dira interneteko askatasunaz? Ba al dakite beraien ekintzak eragina dutela? Zabaltzen dituzten mezuen ondorioak ikusteko gai al dira?

Gipuzkoako SOS Arrazakeriatik, gida hau eskaintzen dizuegu, gure ikasleekin batera bizi garen ingurune mediatiko eta birtualean kritikoa, enpatiko, eraldatzaile eta libreago bihurtzeko, eta, horrez gain, eduki aldizkakoak eta positiboak sortzera animatzeko, aniztasuna, dibertsitatea eta generoa balioan jarriaz. Honela denen artean gizarte kohesionatu bat sortu dezakegu.

# 3

## Hartzaileak

DBH 3 eta DBH 4-ko  
irakasleak



# 4

## Helburuak

1

- Tresnak eskaintzea errealitatea distortsionatzen duten mekanismo kognitiboen inguruko funtzionamenduarien gogoeta egiteko.

2

- Estereotipoen, aurreiritzien eta dibertsitate kulturalaren eta genero ikuspegiaren zurrumurruek inguruan gogoeta egitea.

3

- Emozioak aurreiritziekin elkartzea. Estereotipo eta aurreiritziak jasaten duten pertsonekin enpatizatzea.

4

- Komunikabideetatik jasotako informazioa modu kritikoz lantzeko gaitasuna indartzea, dibertsitate kulturalaren eta generoaren ikuspegi kontuan izanik.

5

- Hezitzaileen ekintza eraldatzailea sustatzea beraien ikasgeletako egunerokotasunean.

# 5

## Metodologia



### Kritika eraikitzailea.

Pentsamendu kritikoak modu autonomo eta aske batez pentsatzera ahalbidetzen gaitu, beste pertsonen jakintza, sentimendu eta sinesmenak kontuan hartuz, ulertuz eta munduan jarduteko hainbat modu daudela ohartaraziz; eta gizarteak dituen arazoen eta erronken sentikortasuna erakutsiz.

Pentsamendu kritikorako gaitasunak honakoak dira:

#### 1. Analisisirako gaitasuna.

Jasotako informazioaren eta bertan adierazitako ideien esanahia aztertu, ikertu eta ulertzeko gaitasuna.

#### 2. Komunikazioa.

Informazioaren analititik ondorioztatu den ondorioa modu argi batez komunikatzeko gaitasuna.

#### 3. Sormena.

Informazioaren barruan patroiak detektatzea eta ohikotik ateratzen diren irtenbideak proposatzea.

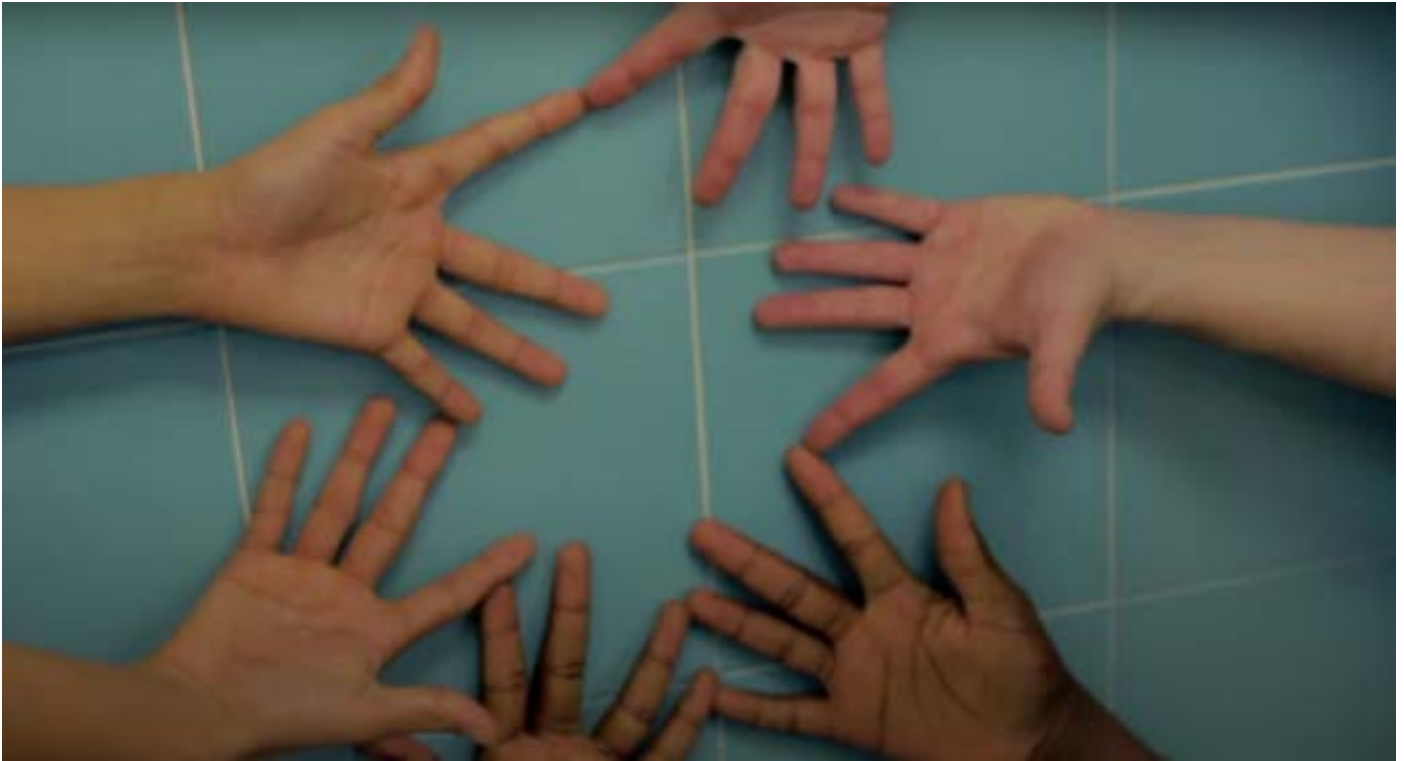
#### 4 . Pentsamendu irekia.

Aurreiritziak eta estereotipoak alde batera uztea informazioa modu argiz aztertzeko.

#### 5. Arazoen konpontzea.

Beharrezko prozesuak gauzatzea errealitatean modu egoki batez konpontzeko arazoak.





## Sozio - afektiboa

Ikuspegi metodologiko sozio-afektiboaren arabera, hezkuntzak ikaskuntza emozionalarekin bat egin behar du, nerabezaroan are gehiago, emozio asko jokoan baitaude.

Informazioaren transmisioak eta bizipenak konbinatzean datza, jarrera afektibo bat sor dadin. Ikuspegi sozioafektiboa enpatia-lanaren, segurtasunaren garapenaren eta norberaren buruarikiko konfiantzaren zatia da, baita ahozko eta hitzezko komunikazio-trebetasunak ere. Azken finean, talde baten parte diren gizabanako gisa, bakoitzak bere burua okeletan bizi, azter, deskribatu eta bizipena jakinarazteko gai izatea da.

Metodologia sozio-afektiboaren arabera lan egiteko esperientzia bizidun batetik abiatu behar da (jolas bat, irudien edo berrien azterketa, antzerki-ordezkaritza bat ...), eta talde osoak egiten du, inpresio subjektiboetatik abiatzen den eztabaidarekin jarraitzeko. Errealitatearekin lotura bat ezartzeko informazioa zabaltzen da, orokorrenetik hurbilen dagoen aldetik. Handik, errealitate hori aldatzeko aukerak planteatzen dira, aldaketa sozialerako ekintza-konpromisoa hartuz.

## Kooperatiboa

Ikaskuntza kooperatiboa diziplina kolektiboa da; bertan, trebetasun eta ezagutza indibidualak behar diren arren, taldeko kide guztien hausnarketan oinarritzen da, eta, aldi berean, pentsamendu kritikoaren eta sormenaren garapena sustatzen du, elkarrekintza, praktika eta hausnarketa eskatzen baititu. Ikasleei autonomoak izateko, hitz egiteko, gizartean heldutasunera heltzeko eta ikerketa sozialeko prozesu batek sortutako emaitzen arabera ikasteko laguntza (Barkley, 2005).

Beraz, pentsamendu kritikoaren garapena sustatzeko metodologiarik onena da, beste batzuk ikasteko aukera ematen baitute, gaiari buruzko jarrera bat hartu eta horri buruz eztabaidatzeko. Gainera, elkarrekiko errespetua, entzute aktiboa, enpatia eta adierazpen askatasunabultzatzen dira.

Metodologia hau honako hauetan oinarritzen da: eztabaida irekia eta hainbat gairi buruzko elkarrizketa parte-hartzailea; berrien azterketa; talde-lana; erakusketa interaktiboak; jardueren garapen dinamikoa; eta, eztabaidaren garapenean, iritziak eta desadostasunak partekatzea.

# 6

## Zeharkako ikuspegiak

Zeharkako ikuspegi hauek erreferentziatzko marka gisa baliagarri dira gure geletako egunerokotasunean. Honakoak dira:

### Generoa

Generoa ez da soilik gizonen eta emakumeen arteko desberdintasunerako alderdi erabakiorra, baizik eta, ikuspegi interseksionaletik, pertsona etorkinen eta minorietako taldekoak diren buruzko diskurtsoak eta irudi estereotipatuak sortzeko faktore askoren ardatza da.

### Globalizatuta eta bizipena

Eskola eta irakaskuntza-prozesua ikasleak bizi duen errealitate sozialari lotzea ezinbestekoa da, bere inguruko errealitatearen ulermenean eta bertako ingurunean erantzukizunak bere gain hartzeko.

Globalizazioak ikaslearen interesen (jakin nahi dutena), gaitasunaren (egin dezaketena) eta curriculumaren (jakin behar dutena) arteko konexioak eta loturak egitea errazten du. Lotura hauek ikaskuntza esanguratsua eta motibatzailea, eta inguruarekiko asimilatze naturalagoa ahalbidetzen dute.

Aldi berean, gizarte globalaren kontzientzia bultzatu behar da; hau da, gizarte global baten parte garela, erantzukizuna izan behar dugula eta gure ekintzek eragina dutela mundu globallean.



### Kulturartekotasuna

Kulturartekotasuna elkarguneak sortzean datza, non, desberdintasunekiko errespetutik abiatuta, gaur gure gizartea osatzen duten identitate ugariak onartzen diren.

Elkarbizitzarekin ikusi beharra du, baina gehienbat, gurutzeak, elkarguneak, elkarrekintza positiboak eta elkarrizketak sustatzea da.

Erlazio interkulturalak errespetuan eta bi aldeen aberaste pertsonalean datza; hala ere, ez da gatazkarik gabeko prozesua. Hauek errespetuarekin, komunikazio baikorra sustatzen duten guneak sortzearekin, komunikazioarekin eta entzute aktiboarekin

### Partehartzea eta eraldaketa soziala

Hezkuntza-komunitateak eragin politikoak zailtzan jartzea sustatu behar du eskolak; gizartea eraldatzeko mezuak, produktuak eta ekintza aldizkakoak aztertuz modu eztabaidatzaile, kritiko eta gogoetara eragiten duelarik. Tresna digitaletan dagoen ikusmolde berria elkarreraginean, parte-hartze irekian eta eza-gutza partekatzean oinarritzen da. Testuinguru ezin hobea da ikasleen parte-hartzea sustatzeko, gizartea eraldatzeko ekintzetan, ikasleei hitza emanez eta gizarte demokratikoan parte hartetik eratorritako erantzukizunen garapena sustatuz.

## 7

## Funtsezko kontzeptuak: Alfabetizazioak

### Alfabetizazio mediatikoa

Unescoentzat alfabetizazio mediatikoa eta informazionala honakoa dira:

*<< herritarrak gaitzen ditu hedabideen eta beste informazio hornitzaile batzuen funtzioak ulertzeko, edukia kritikatzeko eta informazioa eta eduki mediatikoa duten erabiltzaile eta ekoizle gisa oinarritutako erabakiak hartzen ditu >>.*

Orduan, informazio bat nola sortu den, mezu baten kodeak eta lengoaiak ulertzea, historia bat interpretatzeko trebetasuna izatea eta mezu baten eta errealitatearen eraikuntzaren balioak eta ikuspegiak identifikatzeko trebetasuna aintzat hartzea da. Informazioa ezagueran bihurtzean datza.

### Alfabetizazio informazionala

Informazioa jasotzeko trebetasunari dagokio eta behar denean aurkitzea, ebaluatzea, modu eraginkorrean erabiltzea eta informazioa hainbat formatutan komunikatzean datza.

### Alfabetizazio mediatiko-digitala

Eremu digitalari aplikatutako alfabetatze mediatikoa da, Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologia (IKT) existitzen direnetik. Dimentsio ezberdinak hartzen ditu barne, errealitate birtuala kontuan harturik:

**- Dimentsio instrumentala.**

Informazioa eskuratu eta bilatzen jakitea, hainbat komunikabideetan eta teknologietan.

**- Dimentsio kognitiboa.**

Informazioa ezagueran eraldatzen jakitea.

**- Komunikazio kognitiboa.**

Komunikatzen eta adierazten jakitea hizkuntza eta baliabide teknologiko anitzetan.

**- Dimentsio etikoa.**

Informazioa modu etiko eta demokratiko batez erabiltzen jakitea.

**- Dimentsio emozionala.**

Enpatia garatzea mundu birtualean. Mediatikoki alfabetatua dagoenak mundu digitalean dauden mezuen esanahia ulertzen duena da; gainera, edukia sortzeko eta zabaltzeko gaitasuna da.

Orokorrean, gizartearen eta inguruaren buruzko gogoeta egiteko beharrezkoa da mediatikoki alfabetatuak egotea, fenomeno politikoak, sozialak, zientifikoak, kulturalak, etab. ulertuz. Gaur egun, sare digitalak eta birtualak modu aktibo batez parte hartzeko aukera eskaintzen digu, edukia sortuz eta zabalduz. Horregatik, hezkuntza arlotik indarra eta esfortzua egin behar dugu gure ikasleak sare sozialetan jaso eta sortutako informazioa etikoki eta modu arduratsuan erabiltzen ikasteko hezten zean datza.

# Funtsezko kontzeptuak:

## Sare sozialen erabilpen etiko eta arduratsua

### Identitatea sarean

#### **Identitate birtual eszenikoa.**

Besteei irudi ona ematea aztertzen da eta onarpen sozial eta goraipamen publikoa bilatzen da.

#### Identitate zuhurra/pentsakorra.

Mundu birtualean zein aurrez- aurreko formatuan, norberaren eta besteen ekintzak ulertzen saiatzen da, norbanakoarengan konfiantza sortuz eta Ni- a egiten. Egiten dugunaren arrazoia ulertzen laguntzen du.

Identitate hau jorratu eta landu behar da ikasleekin, multifazetikoa baina kohesionatua izan dadin sustatuz, norberarentzat egokia eta besteentzat onargarria delarik.

### Adimen emozionala gune birtualean

Sare sozialetan parte-hartzeak jarrera enpatikoan oinarrituak izan behar du. Tamalez, sare sozialek ez dute hau bultzatzen, inoiz ikusiko ez ditugun pertsonen, existitzen ez diren edo ezagutzen ez ditugun pertsonen emozioak ikusten ez direlako. Hala ere, nahiz eta ez ikusi, pantaila bat delako medio, badute eragin eta ondorio emozionala. Hortaz, oso garrantzitsua da gazteengan konpetentzia emozionala garatzea baita mundu birtualean ere.

### Gune publikoa eta pribatua

Espazio birtualak zaildu eta nahastu egiten du publikoaren eta pribatuaren muga.

Sarritan sare sozialetan informazio pertsonal eta pribatua jartzen dugu, erreparatu gabe zein arrisku egon daitezkeen. Honegatik argi izan behar dugu gure bizitzaren zein arlo edo gauza publikoki adierazi nahi ditugun eta ezin gauza gorde behar ditugun.

Beste pertsonen informazioa erabiltzen ari bagara ere, aurrekoa kontuan izan behar da.

## 8

## Komunikabideak aztertzeko bideak

Komunikabideei aurre egiten diogunean garrantzitsua da irakurketa kritikoa egitea eta mezua bere konplexutasunean eta izan dituzaken irakurketa guztiak izanda kontuan izatea. Irudien kulturean gaude murgildurik. Komunikabideek zabaltzen dituzten irudiak gure egunerokoaren parte dira eta ondorioz, ikaskuntzaren parte dira. Irudi batean, ideiak eta kontzeptuez gain, baloreak, sentimenduak eta jarrerak transmititzen dira. Irudiek alde arrazional bat eta alde afektibo bat dute, eta honetaz gain, jarrerak iradoki, sentimenduak sortarazi eta imajinario bat baieztatu eta indartzen dute.

Telebistak zehazki emozioak jorratzen ditu, behar natural bati erantzuna emanez. Emozioak eta arrazonomendua gatazkan sartzen direnean emozioak garaile izaten dira, alderdi arrazionala baztertu emozioaren logika garaile da arrazonomenduari logikaren gainetik. Guzti honengatik, hezkuntzan izandako esperientziarekin, garrantzitsua da ikasleak eta irakasleak emozioen kontsumoan heztea; ez soilik arrazonomenduan, analisi kritikora gehituz emozioetatik abiatzen den metodologia, norberak bere gaitasunak gehituz, alderdi sentsorialetik eta emozioetatik abiatuz, gogoeta kritikoa sustatuz.

Gaur egungo munduan komunikazio gehienetan pantaila bat da medio. Honengatik beharrezkoa da kompetentzia mediatikoa lantzea. Historian zehar irudiak Okzidentetik erabili izan dira hegoaldeko lurraldeak irudikatzen eta imajinario sozial bat eraikitzen.

Irudi hauen azterketa egiteak estereotipo, aurreiritzi, jarrera xenofobo, arrazista eta sexista batzuen arrazoiak ulertzeko balio dezake.

Aurreko guztia kontuan izanik, jarraian azaltzen dira komunikazioan eragiten duten inguruko funtsezko elementuak:

1. Mezua:  
Informazioaren edukia: ideiak, baloreak, sentimenduak edo ezagutzak.
2. Igorlea:  
mezua bidaltzen duena.
3. Hartzailea:  
mezua jaso, argitu eta interpretatzen duena.
4. Kodea:  
Erabiltzen duen pertsonak erabiltzen dituen zeinu eta sinboloen sistema bakoitzaren berezko erregelen multzoa.
5. Kanala:  
Mezua transmititzen den ingurunea.
6. Testuingurua:  
mezua igortzen den egoera: momentua eta tokia.
7. Interferentzia edo barrera:  
komunikazioaren prozesuan ematen den nahastea. Sarean anitzak izan daitezke.
8. Atzera elikadura:  
itzultzen den mezua. Igorlearen eta hartzailearen arteko hartu-emanerako beharrezkoa.

Galdera gakoak komunikabideak “irakurtzeko” eta jasotzen dugun informazioa aztertzeko.

## 1. Nork sortu du mezua?

### NORK

Mezu mediatikoak beti norbaitek sortzen ditu.

- Zein edo zeintzuk dira mezuaren egileak?

## 2. Zein da mezua?

### ZER DIO

Mezu mediatikoak ez dira ez naturalak ezta errealitateko ispilu. Eraikiak dira.

- Zer dio mezuak?

- Mezu bera lantzen dutenean berdina edo ezberdina da?

- Zein berdintasun eta ezberdintasun aurkitzen dira?

## 3. Zein teknika erabiltzen dira nire atentzioa deitzeko?

### NOLA

Mezuak hizkuntza sortzaile batekin sortzen dira, zeinak arau propioak dituzten.

Mezua argitzeko gure atentzioa zein modutara ari diren deitzen galdetu beharko gara.

**a. Testu-mezua.** Letra tamaina behatu; zer da gehien nabarmentzen dena eta nola (letra lodia, letra larria, argazki gehigarria)

**b. Irudi edo bideoa.** Behatu koloreak, formak, soinuak, posizioak.

**c. Pertsonaien ezaugarriak:** fisikoak, janzkera, elkarrizketa motak.

**d. Historia kontatzeko modua.** Zein elementuen bidez sinestarazten digute kontaktzen ari diren kontakizuna? Konbentzitzen saiatzen dira? Emozioen bat sortarazi nahi digute (positiboa zein negatiboa)?

NORK

ZER IRUDIKATU DA

ZER

ZEIN EFEKTU DU

NOLA

NORI

#### 4. Zein bizitza estilo, balore eta ikuspuntu daude irudikatuak eta zeintzuk alde batera utziak?

##### ZER IRUDIKATU DA

Komunikabideek eta hauen mezuek ikuspuntuak eta baloreak dituzte gehituak; ez dute errealitatea erakusten baizik eta irudikatu egiten dute.

Norbanakoak komunikatzen duenean bere mezuak inplizituki pentsamoldea, sentimenduak eta sinismenak batzen ditu; era berean, mezuek komunikabideen interesak irudikatzen dituzten, batzuetan ez modu nabarian.

Horregatik, premiazkoa da mezu batean dauden ikuspuntuak, baloreak, epaiketak eta ideiak identifikatzea.

- Zein balore edo ideia komunikatzen dira?

- Zein iritzi eta ikuspuntu daude?

- Zer falta da mezuan? Iritzirik edo ikuspunturik uzten al du kanpoan?

Modu honetara jakingo dugu mezua onartu edo baztertu nahi dugun. Gainera kontziente izango gara gure erabakia den edo manipulazioaren ondorioa den; pentsatuz "saltzen" digutena zerbait naturala eta eztabaida ezina dela.

#### 5. Zergatik bidali da mezu hau?

##### ZEIN EFEKTU DU

Komunikabideen mezu gehienak eraikiak izan dira irabazia edo boterea lortzeko.

Horregatik beharrezkoa da honakoa galdetzea:

- Zer ari dira mezuan esaten?

- Zerbaitez konbentzitzen saiatzen ari dira?

- Zer nahi dute ulertzea?

- Nork lortzen ditu irabaziak? (norbanakoak, instituzioak, interes pribatuak, hiritarrak ...)

- Nork kontrolatzen du produkzioa eta mezua-ren transmisioa?

#### 6. Nola ulertu dezakete pertsona ezberdinek mezu berbera modu ezberdin batez?

##### NORI

Pertsonok mezu berdina modu ezberdinez ulertzen dugu, gure balore, ideia, interes, adin, jakituria, sexu, maila sozial, edota hezkuntza mailaren arabera.

Ikerle batzuek dioten arabera, gure ideiak berretsitzen dituzten mezuak kontsumitzen ditugu eta zalantzan jartzen dituzten mezuak baztertu egiten ditugu.

Paper zentrala dugu eduki mediatikoak interpretatzean eta ez kontsumitzaile soilak izaten.

- Besteak ikusten ez duena ikusten al dut?

# 9

## Estereotipoak, aurreiritziak eta zurrumurruak

### I. DINAMIKA

**GARAPENA.** Irudia proiektatu eta ondorengo galderak erantzun:



- o Zer imajinatzen dugu argazkia ikustean?
- o Zer nolako bizitza darama?
- o Nolako dela uste duzu bere istorioa?
- o Zein sentimendu sortarazten dizkizu?

Galderak erantzun ondoren bideoa proiektatu, zeinetan protagonistak, Tarana Karim, bere buruaz hitz egiten duen eta nola sentitzen den bizi dituen aurreiritziak jasanda.



[San Sebastián 2016 Capital Europea de la Cultura: \(Tarana\)](https://www.youtube.com/watch?v=tEW-bKFt-k7A&t=116s)

<https://www.youtube.com/watch?v=tEW-bKFt-k7A&t=116s>

Tarana Karim Azerbaijaneko emakumea da eta orain dela 16 urtetatik Gipuzkoan bizi da. Erlijio musulmanekoa da, langilea eta feminista, zazpi hizkuntza dakizki, euskara barne, abokatua da eta bi seme-alaben ama da.



Askotan, denak gara aurreiritzien biktimak; honek besteekin enpatizatzen laguntzen digu. Honengatik irakasleak gogoetara gonbidatzen ditugu:

- o **Zer esaten da irakasleentzat?**
- o Neskaz eta mutilez berdina esaten al da?
- o Nola eragiten dizue hori esateak zuetaz?
- o Nola sentitzen zarete estereotipo horiek errepikatzen dituzuenean?

Irakasleriari zuzenean eragiten dizkizueten aurreiritzi eta estereotipoak jorratu ostean, ikasleria etorkinaren inguruko estereotipoak eta aurreiritziak landuko ditugu.

- o **Zer esaten da ikasle etorkinaren inguruan? Zein zurrumurru daude zabalduak?**
- o Ikasle etorkinek formakuntzarako aukera egoiak izaten dituztela uste al duzu?
- o Zer iritzi duzue hezkuntza alorrean familia etorkinen inguruan?
- o Zer da burura etortzen zaizun lehenengo ideia esaten dizutenean ikasle berri bat dagoela eskolan/gelan eta Mohamed deitzen dela?

Zurrumurruek identifikatuak daudenean honako galderak planteatzen dizkizuegu:

- o **Zer sentitzen duzue honelakoak entzutean edo pentsatzean?**
- o Egia direla uste al duzu?
- o Denak berdinak al direla uste al duzue?
- o Nola uste duzu sentitu daitezkeela pertsona etorkinak?

Jarraian Google bilatzailerara joko dugu eta honako esaldi hauek idatziko ditugu. Helburua, bilatzaileak proposatzen digun esaldi amaierak aztertzea da:

- **“Los profesores saben...”**
- **“Los inmigrantes vienen...”**
- **“Los alumnos inmigrantes son...”**

- o Nola bukatzen dira esaldiak?
- o Positiboak al dira?
- o Zer iruditzen?
- o Egokiak direla uste al duzu?
- o Eraginkorrak direla edo izan daitezkeela iruditzen zaizu?

## GOGOETA:

Aurreiritziek osagarri emozionala dute eta hauek ez dute arrazoia ezagutzen. Sarritan denok gara aurreiritzien biktima eta honek besteekiko enpatia izaten lagundu dezakete.

Garrantzitsua da kontziente izatea askotan pentsatzen eta jokatzeko dugula pentsamendu horietan oinarrituta eta, gainera, prozesu horrek bizikidetzaren eta bizimodu onaren inguruan eragiten duela. Prozesu horrek, beraz, bizikidetzaren eta bizimodu onaren inguruan eragiten du. Orduan, garrantzitsua da beste pertsona bat ezagutzearen alde egitea, uste baino alderdi gehiago partekatzen ditugulako.

Estereotipoak eta aurreiritziak sortzen eta eraldatzen dira bizitzan zehar: garrantzitsua da argi identifikatzea, kontziente izatea, desmuntatzea eta izatearen arrazoiak eta jatorria identifikatzea. Askotan hauek eraginduak daude jasotzen ditugun estimuluengandik. Hori dela eta, modu kritikoan aztertu behar dugu ikusten eta entzuten dugun guztiarekin.

## SAKONTZEN

*Irakurri eta komentatu taldean Ekai Center-en testua.*

### “HACIA LA DESAPARICIÓN DEL EUSKERA”

1. Es cierto que a todos parece habernos cogido por sorpresa, pero la realidad nos está estallando en la cara. A lo largo de este verano, los agentes educativos nos han colocado ante la realidad de un fenómeno migratorio al País Vasco que ya está transformando radicalmente nuestro sistema educativo y todo parece indicar que, en unos pocos años, va a dar la puntilla al proceso de “salvación” de la lengua vasca iniciado hace aproximadamente 4 décadas.

2. Vamos por partes. Al parecer, la información saltó por primera vez en una Jornada sobre el Futuro del Euskera celebrada en Bilbao el día 17 de julio. Lo reproducimos tal como lo cuenta uno de los asistentes:

“Jornada con presencia de las instituciones públicas y de representantes de distintos organismos de impulso del euskera. El tono habitual: Exponer lo que se ha hecho hasta ahora, lo que se ha avanzado en conocimiento del euskera a través del sistema educativo, acuerdo en que ahora la prioridad es la utilización del euskera, debates sobre qué hacer al respecto ...

Hasta que, al final, llega el turno del sistema educativo, con dos representantes: El Presidente de la Confederación de Ikastolas y la Coordinadora de las Asociaciones de Padres de Escuelas Públicas. Sorprendentemente, los dos dan un puñetazo sobre la mesa. Dicen que están perplejos con todo lo que se ha dicho. Que la realidad es muy distinta. Que el proceso de fomento del euskera está reventando. Que la base de la difusión del euskera, que era el sistema educativo, se está deshaciendo ... Todo ello por el peso que en las nuevas matrículas están teniendo los alumnos extranjeros. Que ya un 30% de los nacimientos son de familias extranjeras ... Todos alucinados y la Jornada deshecha...”.

3. Poco después, a raíz del estallido mediático del conflicto generado en el proceso de matriculación en los centros de enseñanza de Ordizia (con casi un 50% de nuevos alumnos de familias extranjeras), durante el mes de septiembre hemos conocido la explosiva situación que se vive en numerosos centros de enseñanza como consecuencia del hundimiento de las estrategias de uso del euskera de estos centros a raíz de las crecientes proporciones de alumnos de familias extranjeras.

4. El día 24 de Septiembre el EUSTAT, Instituto Vasco de Estadística, daba a conocer datos sobre los nacimientos en el primer trimestre de 2019, según los cuales los hijos de familias extranjeras ya ascienden a un 27,3% del total. Ya explicamos que, según se nos informa, los expertos piensan que es en la práctica imposible utilizar el euskera en aulas con más de un 20 por ciento de alumnos de familias extranjeras.

5. El sábado 28 de septiembre, en el contexto de la apertura del año escolar, el Presidente de Ikastolen Elkartea reiteraba lo afirmado en la Jornada del 17 de julio y anunciaba la apertura de un proceso de reflexión estratégica de las ikastolas cara a los retos de la próxima década, entre los que destacan el acusado descenso de la tasa de natalidad y la escolarización de los estudiantes de origen extranjero. Y concluía:

“No quiero ser apocalíptico, pero puede suceder que en poco tiempo retrocedamos 30 años”.

6. Más claro, agua. El sistema educativo vasco –que ha sido, durante 40 años, la base de las estrategias de defensa de la supervivencia del euskera- está a punto de estallar. Si la enseñanza del euskera empieza a hundirse en los centros escolares, esto significa, de forma clara y rotunda, que el uso y fomento del euskera se empieza a hundir con ella. Y si este proceso se prolonga unos pocos años, la percepción social del euskera como una lengua con futuro se va a esfumar como el viento de forma inmediata.

7. Esto es ni más ni menos que la sentencia de muerte del euskera.

8. La primera pregunta es cómo es posible que este proceso haya llegado hasta esta situación sin que nos hayamos dado cuenta. La segunda es cómo es posible que esta pasividad o complicidad con un proceso de sustitución poblacional masiva haya sucedido en un país con supuesta mayoría “nacionalista”. Y cómo es posible que esta pasividad o complicidad con esta bárbara estrategia corporativa –cuyo objetivo directo no es sino el hundimiento de los salarios- se haya producido en un país con supuesta mayoría “progresista” y “de izquierda”.

9. La suerte está echada.

## II. DINAMIKA

# Estereotipoak, aurreiritziak eta zurrumurruak

**GARAPENA.** Badira ekintza batzuk kalterik egiteko inongo intentziorik ez dutenak baina estereotipoak indartzen dituzte. Ontzat ematen ditugun ekintzak dira, ez gara kontziente eta ez gara konturatzen. Adibidez, mozorroak: eskolako edo eskolaz kanpoko inauterietako festetan, Halloweeneko festetan edo eguberri-tako kabalgatan esaterako, genero eta arrazako estereotipoak eta aurreiritziak indartzen dituzten mozorroak erabiltzen dira.

Tipikoak diren morrokoak aurkezten dira hurrengo orrialdean eta galdera hauei erantzunez gogoetara gonbidatzen zaituztegu:

- o Ohikoak al dira?
- o Honetan pentsatzen geratuak al zeundeten momentu batez? o Adierazgarriak al dira?
- o Emakumeak eta gizonak berdin irudikatzen al dira?
- o Egokia iruditzen al zaizue mozorro hauen erabilpena egitea?

**GOGOETA.** Sarritan gure egunerokotasunean, oharkabean indartzen ditugu estereotipoak. Eskoletan inauterietan adibidez, festa folklorikoe-tan bezalaxe, kulturaren eta generoaren estereotipoak indartzen dira; nahiz eta ez intentzio txarrik egon asmoaren atzean, kontziente izan behar gara zer dagoen atzean.

### SAKONTZEKO.

o Por qué pintarse de negro para hacer de Baltasar es racista.

<https://www.youtube.com/watch?v=QN7cKI-bXXOI>

o La normalización del racismo.

<https://afrofeminas.com/2017/12/11/la-normalizacion-del-racismo/>

o Del Blackface y otros demonios.

<https://afrofeminas.com/2017/12/25/del-blackface-y-otros-demonios/>

o Por qué esto es racista.

<http://www.informeraxen.es/por-que-esta-foto-de-griezmann-es-racista-aunque-no-te-lo-parezca/>

o Los 15 disfraces más ofensivos creados para Halloween.

[https://www.ohmirevista.com/halloween/los-15-disfraces-mas-ofensivos-creados-especialmente-para-halloween\\_art11258.html](https://www.ohmirevista.com/halloween/los-15-disfraces-mas-ofensivos-creados-especialmente-para-halloween_art11258.html)

**Italia:**



**Frantzia:**



**Letonia:**



**Espainia:**



**Txina:**



**Afrika:**



**Euskal Herria:**



# Funtsezko kontzeptuak:

## Estereotipoa

Ezaugarri berdineko taldekide bati buruz izaten diren pentsamendu orokortuak dira. Baikorrak edo ezkorrak izan daitezke. Benetako datuetan oinarrituta egon ohi dira; baina orokortu egiten du kolektibo horretako kide batzuek ezaugarri batek, talde osoan.

Adibidez. Ijito guztiek lapurtzen dute.

## Aurreiritzia

Ezagutu gabe pertsona batekiko sentimendu negatiboa eta mesfidantzakoa, talde bateko parte izanagatik.

Adibidez. Trenera igo den emakume ijitoak lapurtu ahal dit.

## Diskriminazioa

Pertsona batenganako tratu ezberdina eta kaltegarria, arrazaren, sexuaren, ideia politikoaren edo erlijioaren arrazoiak direla eta.

Adibidez. Ez naiz trenera igo den emakume ijitoaren ondoan eseriko.

## Zurrumurrua

Mezu laburra, pertsonaz pertsona transmititzen direnak, normalean ahoz eta egiazkotasuna egiaztatzeko daturik gabeak. Sinesteko eginak daude eta pertsona baten ospean benetako gertaerak baino gehiago eragin dezake. Oso azkar transmitimen dira.

Adibidez. Pertsona etorkin guztiak lapurtzen dute.

## Gorrotoaren diskurtsoa

Bete pertsona batzueganako gorrotoa sustatzen eta bultzatzen duen diskriminazio adierazpena. "Betea" ezberdin hautematen da jatorria, erlijioa, generoa, sexu orientazioa edo beste ezaugarri edo baldintza pertsonalak direla eta. Gorroto diskurtsoaren eta adierazpen askatasunaren arteko muga oso fina da.

Adibidez. Trenera igo den emakume ijitoak lapurtu ahal dit.

## Gorrotoaren delitua

Zigor kodean tipifikatutako delitua da eta pertsona batek talde sozial bateko kide izateagatik erasotzen duenenean da. (Azal koloreagatik, erlijioagatik, orientazio sexuala dela eta, adinagatik, etab. adibidez).

OROKORTZEAK



ESTEREOTIPOA



AURREIRITZIA



DISKRIMINAZIOA

PENTSATU > SENTITU > EGIN

# Aurreiritzien jatorria:

Denok ditugu aurreiritziak, saihestezina da. Baina, ba al dakigu zergatik ditugun? Hemen azalpena.



Gizartean estereotipoak eta aurreiritziak egoiteak eragina du gure hezkuntza-jardueran, batez ere haur batzuekin pentsatzeko eta jarduteko dugun eran. **Uste duzu hori egia dela?**

## Pigmalion efektua:

Robert Rosenthal psikologo sozialak 1965ean eginiko esperimentu batzuen ondorioz sorturiko terminoa da. Pigmalion efektua honela ulertzen da: pertsona batek beste batez espero duena beteriko profezia gisa erabiltzea. Hau da, pertsonen itxaropen edo pentsaerak bestearen jokaera eta errendimendua baldintzatzen dute, bere itxaropenak egia bihurtzen direlarik.

Adibidez, norbanako baten itxaropen altuak beste batekiko, errendimendu altua izango dute emaitzat; eta aldiz, norbaiti ez bazaio gauza bat egiteko gai kontsideratzen, seguruenik lorturiko emaitza eta pertsona horren errendimendua maila baxukoak izango dira. Hau ez da gertatuko pertsona horrek gaitasun gutxi dituelako, eta ezta abilezia eza duelako, baizik eta bere ingurukoek mezu negatiboak transmititzen dizkiotelako (bai inplizituki, bai esplizituki). Pertsonalki ez da motibaturik eta gai sentituko ekintza hori egiteko, eta ezta probatzeko ere.

Rosenthalek eginiko ikerketen arabera, ikasleek emaitza hobek lortzen dituzte beraiengandik asko espero denean. Ikasleek sentitzen dutenean beraiengan sinesten dela, motibatuak sentitzen dira eta honek, klima, jarrera eta aurretiko jarrera hobetzen dute, irakasleei erakusteko beraietaz espero den hori bete dutela.

Pertsonengan jarritako itxaropenak errealak izan behar dute eta besteak espero duenaren baitan oinarriturik egon behar dute. Pigmalion efektua gure keinu, jarrera eta zabalduko mezuetan transmititzen da. Komunikazio ez berbalak ahozko komunikazioak baino indar gehiago du. Pigmalion efektua positiboa da, baldin eta transmititzen ditugun mezuak positiboak diren.



### **Gure sinesmenek eta emozioek besteen garapenean duten ondorioez kontziente al gara?**

Hiztunaren, motelaren, gaiztoaren edota bihurriaren etiketa jartzen diogun haur, gazte edo langile horretan pentsatu ...

Pertsona horrekiko dugun jarrera etiketa horietan oinarriturik egongo da eta guztiz baldintzatua

Honelako esaldiak pentsatuko ditugu: “hau ez zaio bat ere ondo ematen”, “ez du inoiz lortuko”, “lan hau ez da zuretzat”, “zerbait errazagoa egin ezazu” ...



# 10

## DINAMIKAK

Jarraian dauden jarduerak 6 ataletan banatuta daude, eta horien bidez komunikabide ezberdinak daude, zeinak gure pentsamenduari eta jarduteko moduari eragiten dieten eta imaginario sozialak eraikitzen ditugun.

1. Irudiak sare sozialetan
2. Irudiak iragarkietan
3. Teleberria
4. Telebistako serieak
5. Publizitate iragarkiak
6. Musika eta bideoklipak

### 1. IRUDIAK SARE SOZIALETAN

Irudiek botere handia izan dezakete. Sarritan sare sozialetan eta komunikabideetan irudi faltsuak, ukituak, manipulatuak eta modu okerrean interpretatuak izan daitezkeenak zabaltzen dira. Norbanakoak, bere subjektibitate, modu ezberdin batez interpretatu eta ikusi ditzake eta ondorioz, sareetan iruzkinak subjektibitate horren baitan izan daitezke ere; gainera batzuetan irudiek testuingurua ez dute eskaintzen.

Irudi bat testuingururik gabe ezin daiteke guztiz ulertu eta horiek gaizki ulertuak sortu ditzake. Hau da, norbanako bakoitzak bere modura ulertu dezake, bere interes edo nahien arabera. Horregatik, irudiaren atzetik dagoena jakin behar da eta iturri ezberdinetan bilatu ondo ulertu ahal izateko.

Jarraian sare sozialetan eragina, difusio handia eta iritzi ugari izan dituzten hiru argazki proposatzen dira aztertzeko.

## 10.1.1:

# Londreseko atentatua

- o Zer ikusten dugu argazki honetan?
- o Zer uste duzu ari dela gertatzen?
- o Zertan pentsatzen duzue argazkia ikus-  
tean?
- o Zer sentimendu sortarazten dizkizue?

## DINAMIKA

**GARAPENA.** Irudia Londreseko atentatuaren (2017) ostean publikatu zen sare sozialetan eta twitterreko plataforman gatazka asko sortu zuen. Askok emakumea epaitu zuten zauriturik dagoen pertsonaren ondotik pasaz ezer ez duelako egin; honek orokortzeak eta iruzkin iraingarria sortu zituen pertsona musulmanen kontra.

Konkretuki argazkia twitterren Texas Lone Star estatubatuarrak partekatu zuen eta bi iruzkin jarri zituen. Honela zioen lehenengoak: “emakumea lasaitasun osoz pasatzen da mugikorra begiratzen duen bitartean zauriturik dagoen gizonari kasurik egin gabe”. Bigarren iruzkinean bi argazkien muntaia igo zuen “besteen” jarrera “gurearekin” alderatuz. Bi iruzkin hauek 3.000 aldiz partekatu ziren egun batean.



Argazki honen inguruan gogoeta eginda, jarraian azaltzen den argazkia jarriko da eta galderari erantzungo zaie.

- o Zer ikusten dugu argazki honetan?
- o Zertan pentsatzen duzue argazkia ikustean?
- o Zer sentimendu sortarazten dizkizue? o Aldaketarik ba al dago argazkian?



Bi argazkiak alderatuz:

- o Berdina transmititzen al dizute?
- o Erreakzio berdinak ala desberdinak sortu al dizkizu?
- o Zergatik argitaratu zen argazki bat eta ez bestea?
- o Jendearen sentimenduak manipulatzeko intentziorik ba al dagoela uste al duzu?
- o Zein izan da lehenengo argazkia komentatu duten pertsonen jarrera? Eta bigarrenena?
- o Zerbait aldatu al da?



**GOGOETA.** Irudiek gure pentsamenduak manipulatzen dituzakete; horregatik, oso garrantzitsua da horien testuinguruan kokatzea, pertsona eta gertakariei buruzko ondorioak atera aurretik

**SAKONTZEKO.** “La verdadera historia de la chica musulmana que fue testigo del atentado de Westminster”. <https://www.20minutos.es/noticia/2994990/0/verdadera-historia-chica-musulmana-testigo-atentado-westminster-londres/>

# Funtsezko kontzeptuak:

## Fake News

Informazio faltsuarekin sorturiko albistek, zeinak modu masiboz elkarbanatzen diren eta gezurra esateko edo desinformatzeko helburua duten.

Sare sozialek bere erabiltzaileei edukia sortzera eta kontsumitzera baimentzen die eta honekin, gezurrezkoak eta faltsuak diren mezu eta edukiak zabaltzea errazten du. Honela, zirkulu bi-ziotsua sortzen da, eta segundo gutxitan notizia faltsua mila aldiz erreproduzitu daiteke.

Sarritan, nahiz eta gezurra dela esan, notiziak izan duen dibulgazio azkarra eta boteretsuaren ondorioz, ez dago atzera egiterik.

*Qué son las Fake News. Guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad.*

[https://www.ifj.org/fileadmin/user\\_upload/Fake\\_News\\_-\\_FIP\\_AmLat.pdf](https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf)

## Iragazki burbuila

Erabiltzaile bakoitzaren edukiak zabaltzen dituen algoritmoa erabiltzen duten plataformak dira sare sozialak, erabiltzaile bakoitzari erakusten zaion informazioa gure interesek eta baloreek iragazten eta baldintzatzen dutelako. Eli Parisierrek iragazki burbuila terminoa sortu zuen, web gune baten algoritmo baten bidez, erabiltzaile bati informazio horren arabera ikustea gustatuko litzaiokeen informazioa, non kokalekua, aurreko kliken portaera eta bilaketaren historiala bezalako informazioa. Ondorioz, erabiltzaileek ez dute beren ikuspuntuarekin ados ez dagoen informaziorik jasotzen, beren burbuila kultural edo ideologikoetan benetan isolatuta.

## Post egia

Oxfordeko hiztegian 2016. urteko hitza bezala definituriko terminologia da, non erreferentzia egiten dion informazioaren inguruko emozioei, sinesmenei edo desireri.

Iritzi publikoa sortzeko gertaera objektiboak ez dute horrenbesteko garrantzirik, eta bai aldiz, emozioak eta pentsamendu edo iritzi pertsonalak. Emozioak egiaren gainetik geratzen dira. Donald Trumpen 2016ko kanpaina honen adibide da. Estatu Batuetako presidentzia irabazi zuen egiaren manipulazioari esker.

Politifact web-aren arabera, bere elektzio kanpainan eginiko deklarazioen %70a gezurra ziren. <https://www.washingtonpost.com/politics/2019/04/29/president-trump-has-made-more-than-false-or-misleading-claims/>

## Konfirmazio gastua

Joera kognitiboa da, eta gure ideiei egokitzen zaien informazioa bakarrik hartzen dugu kontuan. Albiste faltsuek burmuinean daukagun joera hori azaltzen dute, arretaren ekonomian arreta berezia jarriz, erabakiak hartzea errazten duten irtenbideak erabiltzen dituztela



## 10.1.2:

## DINAMIKA

### Tel Aviv hondartzan

- o Zer ikusten duzu argazkian?
- o Zer uste duzu ari dela gertatzen??
- o Zer sentiarazten dizu?
- o Bizi edo ikusi al duzu honelako gertaerarik?? (bullying, diskriminazioa, oinarri etniko eta/edo sexualean oinarritutako irainak zure ikastetxean)
- o Baiezkoa erantzun baduzu, nola sentitu zara? Zer egin dugu?

**GARAPENA.** Tel Aviven bizi den Jonathan Small argazkilari estatubatuarra lekuko izan zen nola israeldar bat hurbildu zen hondartzan dutxatzen zegoen etorkin afrikar batzuegana eta beldurra eragiten hasi zitzaien, ondoren selfies umiliagarriak egitera behartuz.

Israelen dauden etorkinak, afrikarrak bereiziki, infiltrazio legearen ondorioak jasaten dituzte, baita deportazioak edota etorkinentzako atxikitze zentroetan sartzeak ere. 2019ko apiriletik aurrera Israelek “agiririk gabeko” 38.000 pertsona etorkin deportatzeko asmoa hartu du hiru hilabeteko epean; gehienak Eritrea eta Sudangoak dira. Kaltetuek dilema tragiko eta gogor bati egin behar diote aurre: edo “haien borondatez” alde egin eta 3.5000 dolarrekin eta beste kontinente baterako hegazkin txartela jasota; edo, apiriletik aurrera denbora muga-gabez espetxeratuko dituzte eta legez kanpoko “infiltratutzat” hartuko dituzte.

**GOGOETA.** Askotan, gutxiengoan dauden pertsona jakin batzuekiko irainak eta diskriminazio-ekintzak egiten dira. Momentuan erabaki behar dugu zein paper hartu nahi dugun (beste alde batera begiratu, ez parte hartu, diskriminatua babestu, salatu ...), nola egin, eta haren ondorio etikoak onartu.

## 10.1.3:

### Txiste arrazista

**GARAPENA.** Sare sozialetatik (Facebook, Instagram, blog, wathapp ...) honelako irudiak ikusi daitezke. Kasu honetan, argazkia blog batetik atera da, non bertan, antzeko beste mila txista ikusi daitezkeen. Blogean argazkia esaldi honekin doa: "Beltza bazara ez haserretu! Hau barre egiteko besterik ez da, barre egin ezazu gauen ikusi ahal zaitzagun!"

- o Graziarik egiten al dizu?
- o Zer sentimendu sortzen dizu?
- o Zergatik uste duzu zabaltzen direla honelako argazkiak?
- o Iraingarria dela uste al duzu?
- o Zure ikasleengana iritsiko balitz argazki hau, uste duzu gai izango direla konpartitzeko? Eta klaustroak? o Umoreak dena onartzen al du?

## DINAMIKA



**GOGOETA.** Txiste arrazistak, matxistak bezalaxe, testuinguru informal askotan kontaktzen dira. Umorea normalizaturik dagoen tresna da eta diskriminazioa betikotzen du. Txiste bat arrazista dela esan eta txantxa bat besterik ez dela erantzungo zaizu. Ordea, txantxaren subjektua hezur-haragizko gizakia da eta litekeena da, bere bizitzan indarkeria sistematikoa eta diskriminazioa jasan izana, txistearen oinarrian dagoen pentsamendu ildo berak eragindakoa.

## 2. IRUDIAK PUBLIZITATEAN

Publizitatea komunikazio prozesu bat da zeinak produktu baten kontsumoa handitu, marka edo produktua ezagutzera eman, irudia hobeto edo honekiko ideia sortu nahi duen. Publizitatea kanpainaren bitartez zabaltzen dira hedabideetan.

Royo, Miquel eta Calliure-k esaten duten bezala “norbanakoaren sozializazio prozesuan komunikabideek duten eragina haintzat hartuta, ezin da ahaztu publizitateko edukiek duten presentzia ere. (Royo, Miguel y Capliure, 2006, p. 683)

Ginuzkoako SOS Arrazakeria  
Komunikabideek manipulatu egiten gaituzte eta publizitatearen bidez ere egiten dute; ideia eta baloreak transmitituz eta estereotipoak indartuz. Publizitatea behin eta berriz azaltzen da egunerokoan: telebistan, irratian, kalean, autobusean, sare sozialetan ...

Egungo gizartean, multikulturala eta multietnikoa den honetan, diskordantzia dago honekin eta publizitatean; dibertsitaterik ez da azaltzen. Honengatik, arazo hau publizitatearen munduan amaitu egin behar da, iragarki arduratsuek sortuz non gizarte guztia irudikatua azaltzen den.

Jarraian hainbat publizitate kanpaina proposatzen dira.

### 10.2.1:

## HyM kanpaina

## DINAMIKA

**GARAPENA.** Ezaguna den H&M markak 2018ko kanpainan honako jertsea zabaldu zuen. Jertsean honakoa jartzen zuen: “Oihaneko tximurik txuloena”.



o Zer iruditu zaizu irudia?  
o Estereotiporik indartzen ari al dela uste al duzu? Zein? o Egokia iruditzen al zaizu iragarki hau?



Kanpaina berdinean jertse hau ere zabaldu zen. Honetan, mutil zuria zen modelo eta jertsean honakoa jartzen zuen; “Manglareetako oihanaren biziraupenean aditua”.

o Zer iruditzen zaizu hau?  
o Estereotiporik indartzen ari al dela uste al duzu? Zein? o Egokia iruditzen al zaizu iragarki hau?

## 10.2.2:

## DINAMIKA

# Irudiak iragarkietan

**GARAPENA.** Iragarkietan eduki sexista aurkitzea ohikoa izan ohi da. Jarraian BMW, MediaMarket eta Dolce&Gabanaren iragarkien kanpainak proposatzen ditugu; aztertu eta galderei erantzun.



- o Zer ikusten duzu argazkian?
- o Zein ideia transmititzen dizu?
- o Estereotiporik indartzen ari dela uste al duzu?
- o Zein?
- o Zein sentimendu sortzen dizkizu?
- o Honelako mezuek zure ikasleei erlazionatzeko garaian eragin diezaieketela uste al duzu?



2006. urteko Media Marketeko kanpainak "munduko aurrealde onenak ikusiko dituzu", "ni ez naiz tontoa" edo urte bete giroa berotzen" esloganak zituzten. Gizarteagatik ezarritako genero rola indartzen dira kanpaina hauetan, objektu sexuala bezala irudikatuz emakumea. Hainbat Erakundeek kritika gogorrak egin dizkiete markari kanpaina hauengatik. Gainera, gizonezkoei zuzendurik produktuak saltzen dituztenaren mezua zabaltzen dute, emakumeak alde batera utziaz.

2007ko Dolce&Gabanaren iragarkia. Emakumea lurrean etzanda gizon bat gainean duela-rik eskumuturretatik eusten; beste hiru gizon daude begira ezer egin gabe.





“Azken atrakzioa” BMW auto markaren iragarkia da honakoa. Genero-estereotipoak erreproduzitzen ditu, bai itxura fisikoan, bai gorputz-hizkeran: BMW bat gidatzen ari zarenean autoa zure kontrolpean dagoenean, emakumea gizonaren jabetza da.

**GOGOETA.** Publizitateak emakumea jarra sexistak sendotuz eta rol oso markatuak emanaz tratatzen ditu. Hala nola, garbiketako produktuen hartzaile, edertasuneko produktuen kontsumitzaile, objektu apaingarri edo sexu-erakaspem gisa, edota etxeko langile egoki bezala.

### SAKONTZEKO.

Yolanda Domínguez-en bideoa. “Revelando estereotipos que no nos representan”.

<https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI&t=29s>



Yolanda Dominguezek “Multiópticas”-ek egin-dako kanpaina bati kontra egiteko egin zuen ekintza da, non iragarkian gizon bat barruko arropan dauden emakumez beteriko taberna batetara sartzen den esanez “nahi duzun guztietan estreinatzekeo sentsazioa izan”.

Kontra egiteko, emakume taldeei gonbidatzen zaie marka honetako dendetara sartzea barruko arropan jantzita.



### Bideoa: “accesibles y accesorias”

<https://www.diagonalperiodico.net/libertades/26649-campana-para-devolver-multiop-ticas-su-imagen-sexista-mujeres.html>

### 3. TELEBERRIA

Orokorrean komunikabideetan zifra eta zenbakien bitartez irudikatzen dituzte etorkinak. Deshumanizatu eta kriminalizatu egiten dituzte bortitzak eta agresiboak soilik balira bezala irudikatzen dituztelako. Biktimizatu egiten zaie paternalismo eta biktimizazioaren perspektibatik. Honek sarritan soilik pertsona suntsituak eta ahulak balira bezala pentsatzera bultzatzen gaitu. Gainera begirada eta jarrera paternalista horrek beraien paper aktiboa eta beraien prozesu migratorioa alde batera uztera eramaten du.

Ez da ohikoa komunikabideetan istorio errealak, biografiak, izenak, ametsak edo beldurrak kontatzen duen protagonista bat azaltzea. Ez dute oinarrizko iturrietara jotzen, ezta informazioa alderatzen beste iturriekin edo protagonistak direnekin, edota hauen lagunekin, familiarrekin zein erakundeekin.

Etorkinen errepresentazioa nagusiki maskulinoa eta bortitza da, eta emakumeak emagalduta, txiro edo ama txar bezala irudikatzen dira. Horren atzetik egon daitekeen esplotazioan sakondu eta aztertu gabe.

Komunikabide guztiek manipulatzeko gaituzte eta egiten dutenaren kontzientzia izan behar dugu. Gure esku dago informazio iturri ezberdinek bilatzea alderatzeko, ezagutzeko eta honela perspektiba ugariagoak izateko.

## 10.3.1:

## DINAMIKA

# Melillako harresia

**GARAPENA.** Bideoa ikusi eta galderei erantzun. “El salto más numeroso”. Noticias Antena 3.

[http://www.antena3.com/noticias/espana/cientos-inmigrantes-entran-melilla-nuevo-asalto-valla\\_20140318572319654beb28d-446ffa81a.html](http://www.antena3.com/noticias/espana/cientos-inmigrantes-entran-melilla-nuevo-asalto-valla_20140318572319654beb28d-446ffa81a.html)

- o Zer jorratzen du berriak?
- o Nola irudikatzen dira pertsona etorkinak?
- o Eta polizia?
- o Nortzuk dira protagonistak?
- o Notizi honen bidez ideiak eta baloreak transmititzen ari direla uste al duzu? Edo informazioa banatzera mugatzen ari al dira?
- o Emakumearen errepresentaziorik ba al dago?
- o Zein pentsamendu sortzen dira zure inguruko jendearen artean?

**GOGOETA.** Irudi honetan etorkinen errepresentazioa nagusiki maskulinoa eta bortitza da. Gizonezko hauetaz ematen den irudia abenturazaleena da eta inizatiba propio mugitu dela dirudi; emakumeak aldiz, estatikoak, etxearekin lotuak izan ohi dira (erreagrupazio familiarra-gatik mugitzen dira).

Aukeratutako irudiak kontrol ezaren unibertso batetara eramaten gaitu. Gizatasun ezarekin irudikatzen da. Gainera zenbakiak eta zifrak nabarmentzen dira protagonistak diren kontakizunean et bizipenen gainera. Zifra hauek erne jarriarazten gaituzte eta zifrak geroz eta altuagoak direnean, komunikabideetan difusio gehiago eta enfasi gehiago izaten dute. Análisi kualitatibo gutxi egiten da, kontakizunaren



protagonistak elkarrizketatu gabe, beraien arrazoiak entzun eta aztertu gabe, eta beraien egoeraren arduradunei erreparatu gabe.

Ez da aipatzen segurtasun indarren indarkeria, ezta frontieretan dagoen eskubide eza, eta ezta itzultze beroaz. Modu honetara, komunikabideen diskurtsoa normalizatu eta justifikatu egiten da. Hedabideek biktimaren egoera indibidualean jartzen dute indarra eta baita ebaluazio moral eta morbosoa; ez da testuinguru sozialen eta arduradunen indarren enfasirik egiten.

## 10.3.2:

## DINAMIKA

# Melillako harresia

**GARAPENA.** Bideoaren proiektzioa eta galderei erantzun. **Salvados:** “Hay que decirles que no tengan miedo porque no somos monstruos”:

Hemen ikusgai: <https://www.youtube.com/watch?v=B-ZvMXZKoKY>

- o Zer kontatzen digu notiziak?
- o Zein informazio iturri erabiltzen du kazetariak?
- Aldaketarik ba al dago aurretik ikusitako berriarekin? Zein? Zein balore eta sinesmen transmitzen dira erreportajearen?
- o Zein emozio sortzen dizkizu notiziak?
- o Eta ikusle goan zein emozio sortzen ditu?

**GOGOETA.** Ikuspuntu ezberdinak eskaintzen dituzten telebistako programak badaude, zeinak informazioa alderatzen duten eta iturrira jotzen duten. Garrantzitsua da ahotsa ematea, protagonistak diren pertsonen errealitatea ezagutzeko, beraiekin enpatizatzeke eta bizi duten errealitatea ezagutzeko.

**SAKONTZEN.** Maldito bulo. <https://maldito.es/malditobulo/> Kazetaritzako proiektu aldizkakoia da eta hauen helburua erremintaz dohatzea da gizartea, “para que no te la cuelen”.



## 4. TELEBISTAKO SERIEAK

Fikzioko sailak ikus-entzunezko baliabide pribilegiatua bihurtzen dira gizartean dauden erronkak, aniztasuneko erlazioen konplexutasuna eta elkarbizitzaren egoera anitzak adierazteko.

Nahiz eta errealitatea geroz eta anitzagoa izan, ez da hau pantailan islatzen. Praktikan Espainiako sailetan dibertsitate gutxi dago eta dagoen gutxietan, estereotipoak areagotzen diren egoerak indartzen dira.

Orokorrean, pertsona etorkinen eta gutxiengo etnien ikusgaitasuna ez da positiboa eta hauek zabaltzen den mezua honakoa da: ikasketa baxuak, exotikoak, arriskutsuak eta analfabetoak direla. Paraleloan, hainbat sailek egoera errealak azalean uzten dituzte (diskriminazio egoerak, lan esplotazioa, arrazakeria ...) baina umorearen bitartez egiten dute.

Aktore asiarrak oso gutxitan dira protagonistak telebistako sailetan: bigarren mailako paperak egiten dituzte eta estereotipoak indartzen dituztenak.

Jatorri asiarrak duten gizonak pertsonai frikiak, medikuak edo zerbitzariak bezala irudikatzen dira. Emakumeak aldiz, masajistaren edo lan sexualak egiten dituzten rolak izaten dituzte.

Kaliforniako Unibertsitateak (UCLA) eginiko ikerketa baten arabera %3 edo %4 a da Asiakoa telebistako sailetan (2014-2015 denboraldian). Gainera 2015eko 100 pelikularik garrantzitsuen artean ez zen protagonista asiarririk izan; eta pelikula horien erdietan ez zen Asiako pertsonariarik agertzen. [https://www.eldiario.es/theguardian/actores-asiaticos-estereotipos-Hollywood-frikis\\_0\\_632387333.html](https://www.eldiario.es/theguardian/actores-asiaticos-estereotipos-Hollywood-frikis_0_632387333.html)

Kasu gehienetan pertsona etorkinek sailetan izaten dituzten paperak sekundarioak, estereotipatuak eta gizarteko protagonismotik urruti izan ohi dira. Beraietaz edozer esatea ontzat ematen da eta beraiekiko jarrera eta erabiltzen den terminologia mehatsu edo gutxiesten dituzten ezinen bitartez izan ohi da; hauek egunerokoan kaletik entzutea ohiko bihurtu da gainera: machupichu, moro nazkagarria...

Emakumeen rola sailetan eta bideoklipetan hipersexuatua, arropa pegatuekin dabiltzanak, dirua lortzera etortzen direnak, zaintzaileak eta ikasketarik gabekoak bezala azaltzen dira.

Telebistako sailetan pertsona zuriak, boteretsuak eta autoktonoak pertsona atzerritarra gutxiesten eta iraintzen duenean umorearekin egiten du. Baina, ohikoa al da pertsona atzerritarrik irain eta mehatxu hauei erantzutea? Edota, hauen erreakzioa isilik geratzearena al da? Umorea denetarako baliagarria al da? Eta denentzako? Zein puntutaraino onartzen da umorea?

## 10.4.1:

## DINAMIKA

# La que se avecina

**GARAPENA.** “La que se avecina” serieko kapituluaren bideoa ikusi eta galderei erantzun.

Bideoa ikusgai: LQSA, “Un conserje cojo, un licor de lagarto y un mayorista enamorado”, (capítulo 63, temporada 5): <http://ww.mitele.es/series-online/la-que-se-avecina/57ad4355c715da53408b57bf/player>

**Interes gehien duten minutuak honakoak dira:**

**16.50’.** Manolita azaltzen da. Rosariorekin (Kolonbiako etorkina) haserretzen da eta esaten dio: “Nire amak esan dio Espainiako ametsa bete duela eta etorri egin da”

**17.24’.** Antonio Reciok esaten du: “Baduzu non pasa gaua? Antonio Recioaren etxean beti dago tokia babesik gabe dagoen etorkinarentzat”.

**20.19’.** “Geratu zaitetz espainiako ametsa betetzen. Orain aukera asko daude zu bezalako panchito ... etorkinentzat!”

Manolitak erantzuten dio: “Niri ez zait lana egitea gustatzen. Niretzat emakume batek etxean egon behar du, gizonari maitasuna ematen”  
Antoniok dio: “Zein ondo erakutsia zauden Manolita!”.

- o Zein jarrera du Antoniok? o Eta Bertak?
- o Eta Manolitak?
- o Nola tratatzen ditu Antoniok pertsona etorkinak?
- o Umorezko seriea da, baina ... umoreak dena onartzen al du? o Zein estereotipo edo balore ari dira indartzen?

**26.30’.** Reciok bere emaztea den Bertari esaten dio: “ekarri aurkitzen dituzun fruta tropikal guztiak. Manolita bere oihanean bezala sentitzea nahi dut”.

**27.21’.** Reciok Manolitari:” zein eroso den ohea e! Zuhaitzetan lo egitera ohituta egonda...”.

Kapituluaren amaieran Manolitak Antonio uzten du eta Antoniok honakoa esaten du: “ egia da ezin zarela etorkinez fidatu”.



**GOGOETA.** Manolita kapitulu bakar batean hartzen du parte eta Antonio Reciorekin ligatzen du bere dirua lortzeko helburuarekin. Pasartean zehar Antonioren partetik modu guztietako komentarioak entzun behar ditu.

Amaieran, Antonioren 28.000 euro lortu ostean alde egiten du.

Sailak pertsona etorkinak gehigarri bezala ditu eta ez protagonista eta parte-hartzaile gisa. Rol puntual eta estereotipatuak izaten dira.

Kapitulu honetan azaltzen diren pertsona etorkinak, beste hainbatetan bezala “espainiako ametsa” betetzera etortzen direla bezala irudikatzen dira. Rosario Parrales de sailean jarraipen gehien duen pertsonaia eta lehenengo aldiz azaltzen denean, ildo berarekin egiten du: homosexuala dela esaten du eta Amadorrekin ezkontzen da paperak lortu ahal izateko.

Emakume etorkinaren rola estereotipatua izateaz gain, gizonaren azpitik dagoela irudikatzen da. “Kriminalizatua” eta espainiako gionezkoez aprobetxatzera datorrela bezala adierazten dira. Sedukzioa dira emakumearen armak eta bertakoen gionezkoak kentzera datozenaren estereotipoa indartzen da.

Antonio Recio desira sexualetik eta bera gehiago denaren egoeratik erlazionatzen da pertsona etorkinekin; bere burua gizon txuri eta gorenekotzat du eta emakumea, apenas zibilizatua. Mespretxua adierazten du pertsona etorkinekiko eta hauen kulturekiko.

## 10.4.2:

## DINAMIKA

# Cómo conocí a vuestra madre

**GARAPENA.** Ted (Josh Radnor) protagonista den telebistako seriean bere bi alabei kontatzen die nola ezagutu zuen bere ama eta bere lehengo bizitza nolakoa izan zen. Seriean bere laguna den Barney (Neil Patrick Harris) gazte bitxi, somniferoetara adizioa duena eta emakumeak ezagutzeko trebea da. Umorezko seriea da eta 2014an bukatu zen.



### Pertsonaien deskribapena.

- o Barney Stinson: matxista, berekoia eta grazia egitea gustatzen zaiona.
- o Ted Mosby: zoriotsu izateko maitasunaren mendekotasuna du.
- o Emakume protagonistak: Gehienak desorekatuak, ez oso bizkorak eta beti izaten dituzte desleialtasunak. Gizonekiko mendekotasun osoa.

**GOGOETA.** Barney-k gizon tradizionala irudikatzen du. Bere helburua ahalik eta harreman sexual gehien izatea da eta honek maskulinitatearen irudiarekin bat egiten du. Berarentzat emakumeak objektuak dira eta bere helburua lortzen duenean beraiekiko interesa galtzen du guztiz. Ez du interesik emakumeak ezagutzeko sakonki eta honengatik, beraiei erreferentzia egiteko bere itxuraren araberako nota jartzen die, emakumearen balioa guztiz galduaz.

Arrazakeriagatik sare sozialetan kritikak jaso ditu #HowIMetourRacism hashtag lelopean, azaldu diren pertsona asiatiakoaren estereotipo negatiboak indartzen dituelako hainbat kapitulu-tan.

**SAKONTZEKO.** “Actores cansados de tantos papeles de terroristas”. El País (2019).

[https://elpais.com/ccaa/2019/06/18/madrid/1560880192\\_178761.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CC&fbclid=IwAR37bWnf2nyyxPGxujDUxHzkwAU8hBg1uMbaOtKzupllcpg9wb2IzSsKVqI](https://elpais.com/ccaa/2019/06/18/madrid/1560880192_178761.html?id_externo_rsoc=FB_CC&fbclid=IwAR37bWnf2nyyxPGxujDUxHzkwAU8hBg1uMbaOtKzupllcpg9wb2IzSsKVqI)







## 5. PUBLIZITATEKO IRAGARKIAK

Publizitatea komunikazio prozesu bat da zeinak produktu baten kontsumoa handitu, marka edo produktua ezagutzera eman, irudia hobetu edo honekiko ideia sortu nahi duen. Publizitatea kanpainen bidez zabaltzen dira hedabideetan; hala nola, telebistan, irratian, kalean, autobusean, sare sozialetan...

Publizitateak ordezkartza-prozesu bat irudikatzen du, bizi garen gizartearen irudiak, narrazioak eta diskurtsoak sortuz.

Royo, Miguel eta Capillurek esaten duten bezala, “norbanakoaren sozializazio prozesuan komunikabideak duten eragina aintzat hartuta, ezin da ahaztu publizitateko edukiek duten presentzia” (Royo, Miquel eta Capillure, 2006, p. 683).

Publizitateak imaginario kolektiboan dauden esanahiak hartzen ditu eta kontsumo-merkatuan eskaintzen diren produktuetara egokitzen du; aldi berean, ideiak, baloreak eta estereotipoak transmititzen dit, eta gure iritziak eta pentsamenduak manipulatzeko.

Egungo gizartean, multikulturala eta multietnikoa den honetan, diskordantzia dago honekin publizitatea munduan; dibertsitateak ez da azaltzen. Honengatik arazo hau publizitatearen munduan amaitu egin behar da, iragarki arduratsuak sortuz eta gizarte guztia irudikatzen dutenak eginaz.

Guzti honengatik beharrezkoak dira esperientzia eta praktika berriak. Honakoa galdetu beharko ginatke: Zer transmititzen du publizitateak? Nola ari da eragiten gure ikasleengan? Arreta jarri dezagun indartzen dituzten estereotipo eta aurreiritzietan eta zalantzan jarri zabaltzen direnetan, kritikoak izanez.

## 10.5.1:

# Cola Cao Shake

**GARAPENA.** Publizitatea ikusi eta erantzun galderei. Cola Cao Shake (2017). <https://www.youtube.com/watch?v=Cux-tRhuwCRk>

- o Zer ikusten dugu iragarkian? o Zerbaitek atentzioa deitzen al digu?
- o Zein ideia eta mezu ari dira zabaltzen?
- o Estereotiporen bat indartzen ari dela uste al duzu?

**GOGOETA.** Cola Cao Shakeren iragarkia: asintzen denean pertsona beltza ile kizkurrarekin azaltzen da. Afroen estereotipazioa eta barregrarritasuna.

## 10.5.2:

# Heineken

**GARAPENA.** Iragarkia ikusi eta galderei erantzun. Heineken Ligth. <http://800noticias.com/video-heineken-retira-un-comercial-de-cerveza-acusado-de-racista>

- o Zer ikusten dugu iragarkian?
- o Zerbaitek atentzioa deitzen al digu?
- o Zein mezu edo ideia zabaltzen da iragarki honetan? o Estereotiporen bat indartzen ari dela uste al duzu?

**GOGOETA.** “Sometimes lighter is better” kanpaina da, Heineken lighth garagardoa sustatu nahi dena. Arrazista izateaz kritikatu da kanpaina hau edariak hainbat pertsona beltz saihesten dituelako ezaugarri asiar eta zuriak dituen emakume batengana iristen delarik. Iragarkia

## DINAMIKA



**SAKONTZEKO.** Cola Caok eginiko kanpainei kritika asko egin zaizkio pertsona beltzei egin zaien kriminalizaziotatik.

Luia Mbomiok sare sozialetan mugimendu bat sortu zuen “CocaColaNosInsulta” lelopean, gogoraziz markak egindako kanta: “yo soy aquel negro del áfrica tropical”. <https://afrofeminas.com/2017/03/24/cola-cao-nos-insulta/>

## DINAMIKA



erretiratu egin zuten jasandako kritikengatik eta sareetan izandako mugimenduaren ondorioz.

Gainera kanpainaren tituluak kritika asko jasan zituen hitz jolasa delako eta zentzu bikoitza duelako: geroz eta argiagoa, hobe.

**SAKONTZEKO.** [https://www.eldiario.es/rastreador/Heineken-anuncio-cerveza-esquiva-ba-acusada\\_6\\_754584541.html](https://www.eldiario.es/rastreador/Heineken-anuncio-cerveza-esquiva-ba-acusada_6_754584541.html)

## 10.5.3:

## DINAMIKA

### Coca Cola

**GARAPENA.** Iragarkia ikusi eta galderei erantzun.. "Coca Cola experimento social: Derribemos los prejuicios". [https://www.youtube.com/watch?v=LRs-nd\\_8oA0](https://www.youtube.com/watch?v=LRs-nd_8oA0)



- o Zer transmititzen digu iragarkiak?
- o Zein ideia eta balore ari dira transmititzen?
- o Zein da mezua?
- o Estereotiporen bat indartzen ari dela uste al duzu?

**GOGOETA.** Desberdintasuna eta aurreiritzien eraikitzea jorratzen dituen iragarkia da. Bideoan ikusgai geratzen dira bestea hautemateko orokorrean ditugun mekanismoak: itxuran oinarrituak eta sailkatzeko dugun beharrean oinarrituak.

Coca Colaren iragarki honen ideia estereotipoez hitz egitea da estigmatizaziorik gabe. Gainera kasu errealak dira azaltzen direnak eta gogotara gonbidatzen da kontzientzia izateko gizar-teari horrenbeste eragiten dion estereotipoen inguruan.

Ikusleengan sentimenduak mugitzeko gai diren eta interes sozial handikoak diren proposamenak bultzatzen ditu bere marketinarekin Coca Colak. Izan ere, garrantzitsua suertatzen da azpimarratzea kanpaina honek interes kapitalistak dituen enpresa baten kokatzen direla kontsumitzaileak kaptatzeko helburuarekin.

## 6. MUSIKA ETA BIDEOKLIPAK

Bideoklipak eta muska aztergaiak dira erabiltzen dituzten irudiak eta letrengatik.

Ez dago genero musikalik berez sexista denik; genero musikal anitzetan antzeman daitezke matxismoa eta sexismoa, eta ohartzen ez garen hainbat abestietan aurkitu daiteke.

“Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo” Jon E. Illescasen doktoretzatesian azpimarratzen da agresibitatea, indarkeria, hiztegi lohia eta iraingarria, lehiakortasuna, indibidualismoa eta gizakien gauza egitea oso ohikoa dela. Gainera, ikerlariak gehitzen du aztertutako bideoen ostean mezuek ez dutela egungo errealitateko arazorik aipatzen: ez krisik ekonomikoa, ezberdintasun soziala edo ingurumenak dituen erronkak.

Britainian eginiko beste ikerketa batek ondorioztatzen du musikako bideoak sexualizatuak eta arrazan enfasia eginak daudela. Informeak dio emakumearen irudia sexualizatu dagoela eta gehienbat emakume beltzen kasuan. Ikerketa honek aldiz, gizonetzkoak boteretsuak bezala irudikatzen direla adierazten du.

Ondorioztaturiko beste aspektu bat izan zen emakumeak normalean hipersexuatuak bezala irudikatzen direla, beraien ipurdia miresten delarik eta animalia eta basati bezala irudikatzen

direlarik. Gizonetzkoaren irudia boteretsuarena eta kontrola dutenarena da.

Gazteen kasuan, ikerketak ondorioztatzen du sexualizatuak dauden bideoak ikusten dituztenek jarrera sexistagoak izaten dituztela emakumeekiko eta tolerantzia gehiago adierazten dutela eraso sexistekiko, emakume asko dituzten gizonetzkoak miretsiz.

Behin eta berriz irratian, tabernetan edo beste sareetan entzuten diren abestiak (“Hasta el amanecer” eta “El anillo” adibidez) oso eza-gunak eta abestuak dira, baina gutxitan egiten dugu abestiaren edo bideoaren irakurketa. Ez dugu erreparatzen letran, zabaltzen den mezuan edo bideoklipetan azaltzen diren irudietan.

Batzuetan bideoklipetan emakumearen irudia hipersexualizatu da, modu sentsual eta sexual batez dantzatzen dutelarik, gizonetzkoa boteretsua, konkistatzaile eta emakumeen nagusi irudikatzen delarik. Izan ere, garrantzitsua da aipatzea bi bideoklip hauek aukeratu ditugula bertan erakusten duten karga sexista argi antzeman daitekeelako baina ezin gara ahaztu aukeraturako biak musika latinoaren erreferentziak direla baina azpimarragarria da oso, musika estilo gehienetan kontzientzia feminista baten falta sumatzen dugula nongoak diren, taldearen garrantzia eszenan edota garaia garrantzia ez duelarik (The Rolling Stones, Julio Iglesias, Maroon 5, The Beatles... ).



## 10.6.1:

## DINAMIKA

### Hasta el amanecer (Nicky Jam)

**GARAPENA.** Bideoklipa ikusi eta galde-  
rei erantzun. Nicky Jam, “hasta el aman-  
cer”. <https://www.youtube.com/watch?v=kkx-7fsiWgg>

**GOGOETA.** Garbitzailea 24 orduz. Neska polit  
bat sartzen da eta Nicky Jam, lokaleko langile  
bezala, neskari begiratzen dio, gustatzen zaio  
eta inguratzen hasten zaio. Beragana gertu-  
ratzen da modu gogor batez eta bere espazioa  
kentzen dio. Zirrara sortarazi nahi dio eta go-  
zameneko gau bat eskaintzen dio. Neskak ezetz  
esaten dio eta ez da berarekin joaten, baina  
transmititzen den mezua honakoa da:

- o Zer gertatzen da bideoan?
- o Zein da abestiaren argudioa?
- o Nola irudikatzen da emakumea? Eta gizo-  
nezkoa?
- o Zein da mutilaren erreakzioa neskak ezetz  
esatean?
- o Zer dio letrak? Zerbaitek atentzioa deitzen al  
dizu?

- Emakume polit bat ezin da bakarrik egon eta  
gizonezko bat behar da ondo egoteko.
- Emakumea objektu sexual bezala, zeinak gizo-  
nezkoaren eskaintzari baietz esan behar dion.
- Emakume morena eta exotikoa erakargarria da  
gizonarentzat.
- Sexuzko gaua da eskaintzen den bakarra. Ezin  
da besterik eskaini?
- Behin eta berriz esanez neska lortuko da.

**SAKONTZEKO.** Beste adibide bat praktika  
ez egokiak aztertzeko: Chimbala, El Boom..  
<https://www.youtube.com/watch?v=sl23fgJ0y-Qw>



## 10.6.2:

## DINAMIKA

# Rumbera (Systema Solar)

**GARAPENA.** Bideoklipa ikusi eta galderei erantzun. “Rumbera”, de Systema Solar:  
<https://www.youtube.com/watch?v=UzCE-NuyKX4E>

- o Zer geratzen da bideoan?
- o Zein da kantaren argudioa?
- o Nola irudikatzen da emakumea? Eta gizona?
- o Zein da mutilaren erreakzioa neskek ezetz esaten dionean?

**GOGOETA.** Abesti osoan zehar giro alai dago eta poza transmititzen da. Emakumeak gizar-teak ezarritako edertasunaren arauak ez ditu betetzen. Gainera, aniztasun kulturala dago.

Emakumeak eta gizonak rol berdina dute: festan parte-hartzen dute eta inor ez da bestearen gaintik azaltzen.

Bideoaren momentu batean, gizona bat eta emakume bat daude dantzan eta neskek ezetz esan dio mutilari; hau gertatzen denean gizona onartu egiten du eta ez da berriro saiatzen. Ondoren bakoitzak festaz gozatzen du bere kabuz.

**SAKONTZEKO.** Beste adibide bat praktika egokiak aztertzeko: Lapili-ren, Muslona.  
<https://www.youtube.com/watch?v=CR31WJf-Qedg>

# Eta nik orain, Zer?

IKT-ek parte hartze kolektiboan eta popularean parte hartzerako aukera eskaintzen dute, zeinak kulturaren eraikuntza era eraldatzea suposatzen duen.

Telebistak, irratiak, paperezko egunkarietan eta tradiziozko komunikabideak bide bakarreko transmisioan oinarritzen dira informazioa helarazteko. Aldiz IKT-en garapenarekin atzean geratu dira “igorlea” eta “hartzailearen” rola, eta norabide anitzeko transmisioan bilakatu da. Askok, informazioa jasotzeaz gain bidali ere egiten dute.

Interesatzen zaigun alorrean, hau da, arrazakeriaren, xenofobiaren eta matxista eta gorrotoko delituaren kontrari, aldaketa honek baimentzen du eragileak izatea: erantzutera, eztabaidatzera, informazio iturriak elkarbanatzera ...

Teleberri edo telesail baten kasuak adibidez, entzutera eta ikustera mugatuak gaude; aldiz, sare sozialetara, youtubera edo internetera igotakoa edonork du momentuan salatu, erantzun, partekatu, eztabaidatu edo iritzia emateko aukera. Hau da, immunitate gutxiago dago diskurtso arrazista edo matxista duenarekiko.

Wilson Alonsoren kasuan bezala, zeinak isuna ordaindu behar izan duen sexu-jazarpena egina-gatik Reset-i, kalean eskatzen zegoen pertsona bati hortzetako pasta zuten gailetak emateagatik. Baita ere, Alvaro Reyesen kasuan, non sareetan mugimendu bat sortu zen bere kanala ixteko presioa eginaz. Kasu hauek sare sozialen alderdi positiboa adierazten digute: borrorako eta presiorako balio dezaketela.

Ez dugu ahaztu behar sare sozialetan eta youtuberren artean ezkututzen diren komentario arrazistak, xenofoboak eta matxistak. Batzuetan ez dira oso argiak izaten eta oharkabean pasatzen dira. Honengatik garrantzitsua da beti erne egotea eta begirada kritikoa izatea ikusten eta entzuten dugun guztiarekin.

## **DENOK GARA PUBLIKATZEN DUGUN GUZTIAREN ARDURADUN.**

“Gorrotoaren diskurtsoa” terminoa biolentziara bideratzen duten espresioak erabiltzean oinarritzen da, arrazakeriaren, xenofobiaren edo sexu-orientazioaren arazoiegnatik; baita ere, termino zabalegoetara erreferentzia egiteko erabiltzen da, zeinak etsaitasuna sustatzen duten aurreiritzien edo intolerantziaren bidez. Matxismoa, homofobia, xenofobia, islamofobia, antigitasnimoa, antisemitismoa eta intolerantziaren beste hianbat modu edo bide oso hedatuak daude Interneten eta sare sozialetan.

Diskriminazio digitalari buruz hitz egiten dugu, jarrera eta eduki diskriminatzaileen irudikapena bitarteko digitalek egiten dutenean, Hortaz, diskriminazio digitalak ez du errealitate berri bat adierazten, baizik eta kanal berri bat. Sare sozialetan elkarbanatutakoak audientzia altuari iristeko gaitasuna du; off-line testuinguruan aldiz, ez.

**Ikasgelan, gure ikasleak heztea, gizarte sareetan jasotzen duten informazioa zalantzan jartzea, eta, errespetuz, enpatia eta pentsamendu kritikoa oinarri hartuta, heztea dugu gure helburua.**



## Garrantzitsua da kontuan hartzea sare sozialak:

- o Komunikazioa masiboa eta deszentralizatua da.
- o Sareek potentzial biderkatzaile handia dute.
- o Edukiak mugarik gabe irauten dute eta ezabatzen ez badira edonork ikusi ditzake.
- o Edukiak plataforma batetik bestera pasatu daitezke.
- o Izengoitien eta anonimatuaren erabilera oso zabalduta dago.
- o “Mugarik gabeko” komunikabidea da.
- o Birtualtasunaren sentipena desinhibitzen da.
- o Gorrotoaren, arrazismoaren edo matxismoaren aurrean ezer ez egi-teak onartzea esan nahi du- mezua egin, irakurri edo biktima direnek horrela interpretatuko dute.

# ZER EGIN DEZAKEGU GURE EGUNEROKOTASUNEAN?

## SARE SOZIALETAN MEZU BAT HELARAZI AURRETIK... PENTSATU!

1. Mezua jasotzen duen pertsonaren sentimenduek arduratzen al zaituzte? Jarri beti besteren tokian eta planteatu: Nola sentituko nintzen ni hori esaten badidate?
2. Pentsatzen al duzu nola adierazten zaren? Zaindu zure hizkera. aldiz, ez.

## ZERBAIT PARTEKATU AURRETIK EGIA DEN ZIURTATU!

Nola jakin?  
Behatu elementu hauek:

## GORROTOA ZABALTZEN DUTEN MEZUEN AURREAN... KONTUZ!

1. Interneten aurkitzen duzun guztia sinesten al duzu? Kontuz propaganda faltsuarekin.

**Sinadura.** Sinadurarik ez duen notiziez zalantza egin. Normalean albiste faltsuak anonimoak dira.

**Jatorria eta kontrastea.** Garrantzitsua da albisteak dituen iturriak egiaztatzea. "Link"-ak alderatu, aipatzen diren zitak aztertu eta irudien azterketa egin, testuinguruz kanpokoak izanez daitezen egiaztatzeko.

**Akatsak.** Akatsak baditu, mesfidatu.

**Formatua.** Ohikoak ez diren formatuak baditu zalantzan jarri: titular oso handiak eta larriz adibidez.

**Data.** Egiazko berrietan gertaeraren azpian azaldu ohi da data eta faltsuetan aldiz, ez da datarik azaltzen. Honela, hilabeteak edo urteak pasata jasotzen ditugu albisteak eta ontzat edo egiaztat hartzen ditugu.

**URL.** Mesfidantza izan ohikoak ez badira.

## GORROTOA ZABALTZEN DUTEN MEZUEN AURREAN... KONTUZ!

2. Ez eman “atsegin dut” gorrotoa hedatzen duten mezuei. Ez zabaldu eta ez partekatu gorrotoko mezuak!

3. Erabili “pribatua”, “blokeatu” edo “salatu” bezalako aukerak Interneten.

Izan jarrera eraikitzaile bat. Ez erantzun mezu mehatxatzaile edo negatiboei. Muturreko taldeen mezuak aurre-aurre jartzea zaila da edo arriskutsua izan daiteke. Talde horiekin eztabaidetan sartzean sarritan modu agresiboan erreakzionatzera eramaten gaitu. Gorrotoa eta indarkeria sustatzen dituen talde edo orri bat ikusten baduzu, hobe da pertsona heldu eta arduratsuekin harremanetan jartzea eta salatzea. **Ikus-entzunezko baliabideak.** Tes-tuinguruz kanpoko irudiak edo manipulaturako bideoak izan ohi dituzte albiste faltsuek.

## GAUZAK ALDATZEKO ZERBAIT EGITEN ARI AL ZARA? EKIN!

Ekintzara pasa behar dugu gorrotoak jarratzerik nahi ez badugu!

## MEZU ALTERNATIBOAK ZABALDU

Haratago joateko momentua da.  
**ANTIARRAZISTA ETA ANTI-MATXISTA IZAN.**

Hezi mezu positiboetan eta zabaldu.

Jarrera **AKTIBOA** izan: mezu aldizkakoak eta zuzenak idatzi eta irudi egokiak aukeratu.

Ikusi bideoa:

[https://verne.elpais.com/verne/2016/01/15/articulo/1452850131\\_112445.html](https://verne.elpais.com/verne/2016/01/15/articulo/1452850131_112445.html)

Are you racist?  
'No' isn't a good enough answer



GARAPENERAKO LANKIDETZAREN ETA  
EUSKAL AGENTZIAREN eta DONOSTIAKO  
UDALAREN (JUVENTUD) LAGUNTZARE-  
KIN.

**Lankidetzarekin:**

ASOCIACIÓN MATIZ  
LA LIGUE DE L'ENSEIGNEMENTE  
BIDEZ BIDE  
AMELIA BARQUÍN  
CARLOS GARAYALDE  
ALEX RAYÓN  
JULEN IBAÑEZ

Aparici R. y García-Marin D., Comunicar y educar en el mundo que viene, Gedisa editorial (2018).

UGT, Ciudadanía 3.0 Educar para el uso ético y responsable de las redes sociales. Guía para el profesorado.

Qué son las Fake News. Guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad.  
[https://www.ifj.org/fileadmin/user\\_upload/Fake\\_News\\_-\\_FIP\\_AmLat.pdf](https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf)

# Bibliografía

#K  
ON  
L

