

SEXUALITATEAREN ERAIKUNTZA LURRINEN IRAGARKIETAN

Estimulu komunikatiboak eta erreproduzitutako sexualitate ereduak

EHUk antolatutako Ikasketa Feminista eta Generokoak Masterra

GENEROA ETA KOMUNIKAZIOA

SAIOA IRAOLA URKIOLA

TUTOREA: NATIVIDAD ABRIL VARGAS

Euskal Herrian, 2010eko irailaren 15ean

Sarrera

Ikerkuntzaren aurkezpena

LEHENENGO ZATIA

1.Marko teorikoa

1.1 Sexualitatearen kontzeptualizazioa

1.2 Sexu identitateen eraikuntza eta beste aldagai batzuekiko artikulazioa

1.3 Sexualitatearen inguruko eztabaiden ibilbide teoriko

1.4 Ustezko “Berdintasunaren jendartearen” bizi garen honetan; sexu identitateen inguruan diskurtso feministaren irakurketa eta instituzioek bereganatu duten diskurtsoaren arteko koska

1.5 Sexualitatearen inguruko lanketa teorikoak eta praktikak: diferentziak, bateragarritasuna, e.a.

2.Ikerkuntzaren metodologia

2.1 Ikerkuntzaren helburuak

2.2 Hipotesi nagusiak

2.3 Ikerkuntzaren inguruko oinarritzko galderak

2.4 Edukien analisisa

2.4.1. Lagina

2.4.2. Iragarkien sailkapena

2.4.3. Datuen Kodifikazio prozesua: Azterketa Unitatea

2.4.4. Iragarkien azterketa fitxak. Interpretazioa

BIGARREN ZATIA

3. *Men's Health* eta *Cosmopolitan* aldizkarietako iragarkien azterketa konparatiboa

3.1 Taula: Sinbolismoaren erabilera

3.2 Taula: Koloreen erabilera

3.3 Taula: Plano motak

3.4 Taula: Iragarkietako protagonisten sexua

3.5 Taula: Maila sozio-ekonomikoa

- 3.6 Taula: Etnia
- 3.7 Taula: Eszenatokia
- 3.8 Taula: Adina
- 3.9 Taula: Erakarpena eta apeu sexuala
- 3.10 Taula: Mezuaren faktore komunikatzailea
- 3.11 Taula: Funtzio soziala

HIRUGARREN ZATIA

Ondorioak

Bibliografia

Eranskinak

- Azterketa fitxa eredia
- *Cosmopolitan* aldizkariko iragarkiak
- *Men's Health* aldizkariko iragarkiak

Sarrera

Jarraian aurkeztutako ikerkuntza lan honek *Sexualitatearen eraikuntza lurrinen publizitatean –Estimulu komunikatiboak eta erreproduzitutako sexualitate ereduak-* du izenburua. Horretarako, emakumeei zein gizonei zuzendutako aldizkari berezietan topatutako lurrinen inguruko iragarkien azterketa egin da. Hau honela izanik, publizitateak, sexualitate eredu jakinak sortzeko, eraikitzeko eta erreproduzitzeko erabiltzen dituen irudiak zein mezuak aztertzea izango du helburu nagusia ikerkuntza lan honek. Alta, estimulu komunikatiboak aztertzeaz eta identifikatzeaz gain, sexualitate ereduaz azterketa sakona egitea ere ahalbidetuz. Gainera, sakonki 2010. urteko lurrinen iragarkiak aztertu diren arren, 2000. urteko lagin esanguratsu bat ere aztertu da; honela, maila teorikoan zein herri mugimenduan sexualitatearen inguruan eman diren aurrera pausoez zein izandako garapenak publizitatean oihartzunik izan ote duten ikusteko.

Lurrinen iragarkien sailkapena egiteko garaian bi aldizkari berezitu aukeratu dira; batetik, emakumeei zuzendutako aldizkari berezituak deiturikoetatik, *Cosmopolitan* aldizkaria aukeratu da eta gizonei zuzendutako aldizkari berezituetatik, berriz, *Men's Health* aldizkaria. Hasiera batean, lagina aldizkari anitzetatik bildutako iragarkiekin osatzeko asmoa baldin bazegoen ere; azkenean, aldizkari anitzetan iragarki berdinak iragartzen zirela ikusita, bi aukeratu dira.

Ikerkuntza hau gauzatzeko Edukien Azterketa erabili da metodologia gisa. Horretarako, 2010. urteko aldizkariak aukeratu dira, nahiz eta 2000. urteko lagin esanguratsu bat ere aukera eta aztertu den. Edukien Azterketari ahalik eta etekin gehien ateratzeko; behin, ikerkuntzaren helburuak, hipotesiak eta oinarriko galderak eskuartean izanda kategorien sistema egoki bat sortu da. Ondoren, jada, datuen prozesaketa egin eta ondorioak ateratzeko.

Ikerkuntzak hiru zati nagusi izango ditu. Sexualitatearen kontzeptualizazioa, izandako ibilbide teorikoa, egungo jendarteak gaiarekiko duen jarrera e.a. aipatuz hasten da ikerkuntzaren lehenengo zatia; marko teorikoarekin, alegia. Honez gain, egun, “berdintasunaren jendarte” ahotan darabilten honetan, mugimendu feministak identitateen gaiaren inguruan egiten duen irakurketaren eta instituzioetatik egiten duten irakurketaren arteko koska azaltzen da lanean. Segidan, ikerkuntzaren muinera joz,

sexualitatearen inguruko teoriak behin mahai gaineratuta; praktikara, egunerokotasunera, adibideetara egiten da salto. Nolabait, egun, Mendebaldeko kulturaren, jendartearen, sexualitatea arautzeko erabiltzen den tresna baliotsu eta eragingarri batez ariko da ikerkuntza lan hau; publikitateaz, alegia. Lehenengo zatiaren bigarren atalean, aldiz, behin aldagai teorikoak finkatuta, ikerkuntzaren metodologiari emango zaio bide; ikerkuntzaren helburuak, hipotesiak eta oinarrizko galderak azalduta, zati honen amaieran, bete-betean edukien analisisian barneratzen da. Hala, ikerkuntza lanaren bigarren zatian, azterketaren emaitzei eta ondorioei bide emanez.

LEHENENGO ZATIA

LEHENENGO ZATIA

1. Marko teorikoa

1.1 Sexualitatearen inguruko nondik eta norakoak

“Sexualitatea” hitzak adiera anitz sortu ditzake; kalean, lagun artean, etxean, e.a. Ikerkuntza lan honen muina den aldagaiaren inguruan dauden gogoetak plazaratu eta pertsonen identitatearen eraikuntzan beste aldagaiekiko (klasea, etnia) nola artikulatzen den azaltzea du helburu zati honek.

Sexualitatearen gaiari hasiera emateko, Michel Foucault-en hitzak ekarriko dira gogamenera: “Sexualitatea sare zabalak osatzen du; zeinetan, gorputzen estimulazioak, gozamenen indartzeak, diskurtsorako akuiluak, ezagutzen inguruko prestakuntzak, erresistentzien aurkako errefortzuak eta kontrolak elkar kateatzen diren. Eta guzti hau, jakintza eta botere estrategia handien arabera egituratzen da”¹. Beraz, sexualitatearen ikuspegi esentzialista, naturalista irauliz, sexualitatea bera botere zein jakintza arlo anitzek martxan jarritako mekanismoen emaitza dela ondoriozta liteke. Egun, Mendebaldeko herrialdeetan, indarrean dagoen eredu neoliberal eta patriarkalak, sexualitate modelo bakarra eraiki du: sexu bipolarren gainean eraikitakoa, heterosexuala, genitala eta maskulinitatearen gozamenara bideratutakoa. Sexualitate eredu honek muga sakonak jartzen ditu; eredu honen helburua, sexualitatea bizitzeko era anitzak ekiditea izanik. Eta horretarako, ezaugarri hauek dituen eredu bakarra jotzen da zilegitzat: bi pertsonen arteko harremana, sexu zehatz batekoa, denbora eta leku zehatzean praktikaturikoa, praktika jakin batzuk barnebiltzen dituen, ezarritako kitzikazio maila eta sentimendu zein sentsazio jakin batzuk sorrarazten dituen. Beraz, bi sexu eta bi genero bakarrik onartzen dituen sistema da Mendebaldeko jendartearena, eta hauen arteko harremana, hierarkiak eta zapalkuntzak determinatzen dute. Bereizketa honek, emakumeen gorputzaren kontrola eta zapalkuntza iraunaraztea du helburu². Bada, patriarkatuak sexu/genero sistemaren bitartez, emakumeen aniztasuna desagerrarazi nahi izan du. Aldiro “emakumea nolakoa izan behar duen” esaten baitu.

¹ FOUCAULT, Michel: “Historia de la sexualidad” Tomo I, México, 1976.

² “Sexualitatearen eztabaida”, *Euskal Herriko Bilgune Feminista*, (2010), 1.orr.

Errealitatean patriarkatuak bi emakume eredu paradigmatico ezartzen ditu: ama (purua) eta sexu langilea (lizuna)³.

Jendartearen antolaketa dikotomiko honen eraginez, bi sexualitate ezberdintzen dira: maskulinoa eta femeninoa. Sexualitate maskulinoa falikoa, behar biologikoei eta inpultsoei lotuta agertzen da. Femeninoa, aldiz, emozioei eta afektuei lotuta ageri da, hein batean, “desgenitalizatu”. “Don-en bidez eta bera (gizonaren) bitartez, sexualitate femeninoa maskulinoarekiko ezberdina dela adierazi dute. Praktika sexual femenino propioa, autonomia eta eskubideetan parekidea ukatzen da. Beste aldagai batzuekin hartu-emanetan jartzen da; sexualitateak, berak, zerbitzu bilakatzeko joera hartzen du. Azken batean, merkantzia bilakatu”⁴. Honela, “Mendebaldeko jendarteak sexu onaren eta txarraren arteko muga ezartzen du; heterosexualitatea giza esperientziaren aberastasuna bailitza baloratzen da eta sexu txarra, aldiz, nazkagarria bailitza tratatzen da, sentikortasun gabea, alegia”⁵. Sexualitate onaren ezaugarriak hauexek lirateke: heterosexuala, koitala, etxean eta ohean egiten dena, e.a. Gainerako guztia, berriz, sexualitate “txartzat” jotzen dute: homosexualitatea, adin ezberdinekoen artekoa, objektuekin zein animaliekin praktikaturakoa, bi pertsona baino gehiagorekin egindakoa, promiskuitatea, pronografikoa, diruaren truke praktikaturakoa, kalean praktikaturakoa, e.a. Guzti hau, zilegitasunarekin guztiz lotuta dago; beraz, praktika sexual batzuk zilegiak izango dira eta beste batzuk, berriz, ez.

Horrenbestez, sexu identitateak aldakorrak dira; denboran zehar, bizitzako momentu anitzetan, forma eta praktika anitzak barnebilduko ditu, eta momenturo, beste aldagai batzuekin egongo da harremanetan. Horregatik, ez dira aldaezinak, ezta higiezinak ere. “Sexu identitateak ez dira eskusiboki biologiarren emaitza, denbora zehar aldatzen doazen indar politikoen, sozialen zein ekonomikoen ebaketaren eraginez sortzen dira”⁶. Hein batean, pertsonen generoak beste determinatzaile batzuekin harremanetan dira: kultura, klasea, aukera sexualak, adina, e.a. Baina guzti hauek generoak zeharkatzen ditu: ez baita berdina amona edo aitona izatea, emakume langilea edo gizon langilea izatea, lesbiana edo gay-a izatea, e.a.⁷

³ BARAHONA MALDONADO, Teresa : “Diversidad dichosa”, *El Viejo Topo*, 134.zenb, (1999), orr. 23-29.

⁴ TABET, Paloma: “IV. Del don a la tarifa. Las relaciones sexuales que implican una compensación”, *Les Temps Modernes*, 490.zenb, (1987), orr. 1-53. Lourdes Mendez-en itzulpen testua.

⁵ ANDRIEU, Rosa: “Antropología de las relaciones sociales entre los sexos”, *Gizonen eta emakumeen berdintasunaren masterrerako erabilitako materiala*, (2009-2010), orr.39.

⁶ ANDRIEU, Rosa: “Antropología de las relaciones sociales entre los sexos”, op.cit.,orr.39.

⁷ BARAHONA MALDONADO, Teresa : “Diversidad dichosa”, op.cit., orr. 23-29.

Bada, sexualitatearen gaiak eman du zer hausnartu eta zer idatzi, jarraian, gaiaren eztabaidak izandako ibilbidea aztertuko da. Horrela, egungo, testuinguruan arin kokatzeko.

1.2 Sexualitatearen inguruko eztabaiden ibilbide teorikoa

Sexualitatearen gaia sakonki aztertzen hasi aurretik, zehaztapen argi bat: askotan sexualitateaz eta generoaz hitz egiten da; baina, ezinbestekoa da sexualitatea, generoaz ezberdintzea. Horrela, naturalizazioetan zein esentzialismoetan erortzea ekiditea helburu izanik. Nolabait, jarraian, lan honetan, testuinguru kultural zein garai historiko bakoitzean, era anitzean, generoak eta sexualitateak nola artikulatzen diren aztertuko da.

Mendebaldeko herrialdeetan, gizonen zein emakumeen arteko ezberdintasunak eta hierarkiak; heterosexualitatea eta bestelako aukera sexualak; sexuen (arra, emea), generoen (maskulinoa, femeninoa) eta heterosexualitatearen naturalizazioaren bitartez egonkortu dira. Kokaleku gorputzak dituen naturalizazio horrek zaildu egiten du identitateen eraikuntzan inplizituki dauden ideologia sexualak agerian jartzea. Gorputzaren itxura bera, pertsonen identitatearekin (arraza, etnia, sexua/generoa, klasea, sexuala) zerikusia duten ebidentzia sozialen iturri bihurtzen da. Ideologia sexual dominatzaileak, dimorfismo sexuala naturala bailitzan interpretatu izan du. Emakume edo gizon bezala biologikoki ezberdinak direla esaten da: emakumeei, gestazioa eta erditzea egokitzen zaizkie, horrek, arlo sozialean erabakigarriak izango diren ondorio batzuk izango dituela sinestaraziz. Pentsamolde hau ez da izango kulturaren ondorioz sortua, biologiarene ondorioz baizik. Gisa honetako planteamenduen aburuz, kulturak, naturaren legeei men egin eta honen aginduak bete besterik ez ditu egingo. Baina ideologia sexual honek eskuartean zera ezkututzen du: ebidentzia fisiko hori –sexu biologikoa, alegia- hutsala izango litzatekeela, bertatik, sexudun gorputzak egituratzen dituzten pertsonen identitate sozialen gaineko esentzia eta egi batzuk erauziko ez balitu.

XIX. mendean zehar, bi esentzia biologikoen existentziaren ideia egonkortzen joan zen (Laqueur, 1994). Ideia honek politikan erabilgarri izan zitezkeen errepresentazio sinbolikoak sortzeko beharrianari erantzuten zion, eta ez zion erantzuten biologiarekin zerikusia zuten aurkikuntza zientifikoei. Hau honela izanik, “XVIII. mendetik XIX. mende erdi arte, generoaren, arrazaren eta klasearen eraikuntza historikoak organikoki markatutako kolonizatu, esklabo eta langile emakumeen gorputzetan zeuden. Markatu

gabeko gizon unibertsalaren fikziozko ni arrazionala egituratzeko, gorputz markatu horiek bizi zituztenak sinbolikoki beste batzuk izan dira” (Haraway, 1995: 359).

Zehazki, 70eko hamarkadan hasi ziren sexualitatearen inguruko eztabaidak eragin nabarmena izaten. Beraz, 70eko hamarkadatik egun arte izandako ibilbide teoriko-praktikoa azaltzeari emango zaio bide hurrengo lerroetan.

1.2.1. 70eko hamarkada: sexualitatearen inguruko hausnarketa teorikoen ekoizpenen ugaritzea

Sexualitatearen inguruko eztabaidek eragin nabaria izan zuten 70eko hamarkadan jendarteko jakintza arlo anitzetan. Eztabaida hau sexualitatearen inguruko hausnarketa teorikoen ekoizpenak ugaritu ziren garaian sortu zen. Artean ziren, Foucault-ek idatzitako *Historia de la Sexualidad* (1976) liburua, autore anitzek Freud-en teorien gainean egindako kritikak, McIntosh⁸ (1978) idatzitako testua – homosexualitatea rol sozial moduan ulertzen zuen eta ez indibiduo ororen kondizio bezala- edota Rich-en testua⁹ (1980) – non, heterosexualitatea hesi gisa planteatu zuen; eta parez pare jarri zuen lesbianen existentziarekin-. 70eko hamarkadako feminismoek heterosexualitatea “naturala” zenaren ideia agertu zuten, baina, feminista lesbianek kuestionatu egin zuten ideia hau. Teorizazioen eta borroka politikoaren arteko elkarreraginari esker, eta Foucault-en bitartez, sexualitatea, naturaren emaitza ez eta eraikuntza kultural eta historikoa zela agerrarazi zuten. Sexualitatearen sozializazioan emandako pausu garrantzitsu honek ekarri zituen maskulinitatearen inguruko lehenengo ikerketak, Foucaulten planteamenduaren gaineko lehenengo kritika feministak eta praktika sexualen (adibidez: sado/masokismoa, lesbianismoa) emergentzia eta defentsa. (Braidotti, 1983)¹⁰.

1.2.2. 80eko hamarkada: Gorputzen, generoen eta sexualitatearen gaineko ikerketak eta interesak pil-pilean

⁸ MCINTOSH, M: *The homosexual role*, The making of modern homosexual, Rowman & Littlefield Publishers, Inc, London (1981) [1968].

⁹ RICH, A: *Compulsory Heterosexuality and Lesbian Existence*, A Journal of Women in Culture and Society 5/4, 1980, orr. 631-660.

¹⁰ BRAIDOTTI, R.: *Sujetos nómades. Corporeización y diferencia sexual en la teoría feminista contemporánea*, Paidós, Buenos Aires, (2000) [1994].

80eko hamarkadan, aldiz, eztabaida hauen harira, ugaritzen joan ziren gorputzen, generoen eta sexualitatearen gaineko ikerketak eta interesak, betiere, etniaren zein klasearen artikulazioak alde batera utzi gabe. Hori dela eta, kontuan hartu behar da garai zehatz hartan, hau da, XX. mendearen bigarren aldian, orain arteko edozein momentu historikoetan baino indartsuago zeharkatu zituela gorputz zein sexu iraultzak. Horrenbestez, berriro ere elkarren arteko artikulazioetan pentsatzea behartu zuen. Denbora tarte nahiko laburrean aldaketak eman ziren: “askatasun” sexualaren eraginez sexualitatearen erregimenean aldaketak, erreproduktzioa bideratutako teknologia berrien sorkuntza eta mugimendu sozialen – feminista, gay, lesbiana, transexuala- inpaktua. Aldaketa hauek guztiek, ahaidetasunaren inguruko usteetan, sexuen arteko harreman sozialetan, generoen zein gorputzen azalpen moduetan eta hein batean, harreman indibidual zein kolektiboak ulertzeko eran aldaketak suposatu zituen.

Bestalde, 80eko hamarkada erdialdetik aurrera, ikerketak egiteko garaian, benetan, sexualitatea eta generoa nola artikulatzen diren aztertzeke, sexualitatea aztertzeke generotik bereiztu behar zenaren ideia nagusitu zen.

Sexualitateari dagozkion ikerkuntzetan bi teoria daude aurrez aurre: bata, esentzialista eta bestea, berriz, konstruktibista. Lehenaren aburuz, homosexualitatea da abiapuntua, eta berau, aurretik zehaztutako sexualitate formatzat hartzen du. Ideia hau defendatzeko antropologian egindako ekarpenetan oinarritzen dira: homosexualitatearen unibertsaltasunean eta honen aurrean sortutako hainbat jarrera kulturaletan, alegia. Zentzu honetan, lesbianismoa, sexu bereko bi pertsonen arteko bat-bateko identifikazioak ezaugarritzen duen esperientzia femenino originala izango da. Bigarren teoria, berriz, aurrenekoaren aurkakoa da. Foucaultek eginiko ekarpenak eta marxismoak zein interakzionismoak planteatutako ikuspuntu irekiak abiapuntutzat hartuz, homosexualitatea historizatzearen beharrean tematu dira. Gainera, oinarritzko hiru bereizketa analitiko egiten ditu: bata, jarreraren eta identitate homosexualen artekoa. Bestea, ekintza sexuak eta hauek jendartean dituzten esanahien artekoa. Eta azkenik, kategoria sexual dominatzaileen eta hauek sortzen diren identitate indibidual eta kolektiboen artekoa (Plummer, 1992). Aukera teoriko honetan sexualitatearen eraikuntzan eragiten duten prozesu sozialen konplexutasuna azpimarratzen da. (Lorde, 1984; Ramos, 1987). Eta bereziki, zapalkuntza sistemen egituraketa aztertzeke garaian, generoa eta sexualitatea ez direla lehenetsi behar zehazten da. Bestela, beste hierarkia eta zapalkuntza formen fundamentuen inguruko ikerketek, etnia edo klase sozialak adibidez, garrantzia galduko dutelako.

Beraz, 80eko hamarkada erdialdetik aurrera, eman ziren eztabaidei esker, identitateen izaera esentzialista (sexua-generoa, klasea, etnia eta aukera sexuala) zalantzan jartzen da. Nolabait, 70eko hamarkadan jada maila teorikoan hainbat jakintza arloetan lantzen hasi ziren teoriak; antropologian edo mugimendu feministetan, gay-etan zein lesbianetan tarteko, garai honetan jada praktikara egin zuten salto. Mugimendu hauetako kideek euren identitatea ikustaraztea nahi zuten (emakume, lesbiana edo homosexual moduan) “maskulinitatearen” edo “feministatearen” inguruko definizio dominatzaileak zokoratuz eta heterosexualitatea sexualitatea forma “normal” bailitzan ukatuz. (Mathieu, 1991)¹¹.

1.2.3. 90eko hamarkada: Teoriak eta praxisa uztartuz, *Queer* teoriaren agerpena

Teoria eta praxisa elkar harremantzen diren ibilbide honek 90.hamarkadan sortutako *Queer* teorian hartuko du lurra, gaur arte. Aurrez zehaztutako genero identitateetan sinisten dute. Sexu identitatea, performance narratibo bat bailitzan ulertzen dute; alta, era ezegonkor eta aspektu anitzen eraginez eraikiko da subjektibitatea. Identitate aldakorretan sinisten dute; erabat eraikitzen eta deseraikitzen ari diren identitateetan, alegia. (Butler, 1990)¹². Subjektibitatearen osagai anitzen (generoa, sexualitatea, etnia, klasea) arteko interseksioa ikertzea du helburu *Queer* teoriak. Bada, hamarkada honetan zehar hirugarren generoaren existentziaren zein transexualitatearen inguruko eztabaidak eta ikerketak sortzen dira. Azkenik, maskulinitatearen inguruan egindako ikerketek ere ikuspegi esentzialistetatik urruntzea dute helburu; aniztasuna aztertzekeo tresna analitikoak proposatuz (Connell, 1996)¹³.

Bada, urte guzti hauetan zehar egindako ibilbideak garapen teorikoa ahalbidetzeaz gain, jendarteko hainbat sektore kritikoetan zein norberak hartutako erabakietan eta martxan jarritako hainbat praktiketan izan du eraginik. Honela bada, “sexualitate femeninoa aldatu egin da. Urtetan sexualitate ugalkorra eta sexualitate erotikoaren artean ebakidura garrantzitsua eraiki den arren, egun, identitate kohesionatu eta integratuak sortu litezke. Emakumeen gorputzak aldatu egiten dira. Ugaltzeko-gorputzetik, gorputz-eros-a, zeinentzat? Gorputzen iraultza sortu da”¹⁴.

¹¹ MATHIEU, N. C.: *Notes pour une définition sociologique des catégories de sexe*, Epistémologie sociologique, 11, 1973, orr.19-39.

¹² BUTTLER, Judith: *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*, Paidós, México, 1990.

¹³ CONELL, R. W: *Masculinities*, University of California Press, Berkeley, 1996.

¹⁴ LAGARDE, Marcela: *Identidad femenina*, 1999, orr.17.

Bestalde, maskulinitatearen inguruko ikusmira ere aldatu egin da. Egun, publizitatean adibidez, ugaritu egin dira gorputzaren zaintzari lotutako gizonei zuzendutako iragarkiak. Gorputzaren zaintza ardatz duten iragarkiak orain dela bi hamarkada eskas arte emakumeei zuzentzen zitzaizkien soilik. Baina, egun, gizonei ere bideratzen zaizkie norberaren gorputzaren zaintzarekin zerikusia duten produktuen iragarkiak. Baina hauetan argi uzten dute, gorputzaren zaintza bateragarria dela guztiz maskulinitatearen esentziarekin. Beraz, aldaketa batzuk aurreikusi ditzakegun arren ikerkuntza lan honen ondorioetan hauek guztiak argituko ditugu.

Baina bide honetan, aldaketak aurreikusi ditzakegun arren, aldatu ez direnik ere bada. Zuhaitzen moduan, hainbat aldagaiek sustraiak hain errotuak dituzte, non, nekez askatu litezkeen. Urtetako aldarrikapenak landuz egindako ibilbideak, gutxietsitako subjektu historikoak (emakumeak, lesbianak, gay-ak, transexualak, e.a.) ikustarazteko egindako politikak eta subjektu hauen gainean eraikitako balio negatiboen ordezkapenak, ezberdintasunen (sexu/genero, praktika sexual) gorazarre a-politikoa eta a-kritikoa egitea bideratu du. Ezberdina polita denaren ideia zabaldu da, sexuen arteko botere harreman hierarkikoen, arau heterosexualaren eta ekoizpen harreman sozialen egiturazko izaera ahaztuz¹⁵.

Hau honela izanik, ikerkuntza lan honek, publizitatea, jendartean eman diren aldaketetara egokitu den aztertzeke aukera emango du. Baina publizitatearekin hasi aurretik, diskurtso feministaren eta instituzioetatik bideratutako politiken inguruko hausnarketa ekarri nahiko nuke ikerkuntza lan honetara.

1.3 Ustezko “Berdintasunaren jendartearen” bizi garen honetan; identitateen inguruan egituratutako diskurtso feministaren irakurketa eta instituzioek bereganatu duten diskurtsoaren arteko koska

Atal hau azaltzeko oinarri gisa Lourdes Mendezen “Berdintasun diskurtso faltsua” artikulua hartu da. Ustezko “berdintasunaren jendartean” hezitako gazteei, diskurtso orokorrak gizon eta emakumeen arteko berdintasuna lortuta dagoela sinestarazi diete, feminismoa iraganeko zerbait balitz moduan irudikatuz.

Azken hamarkadetan, estatu “demokratikoek” haien jardunean genero perspektiba txertatuz eta generoa oinarri duten emakumeentzako lege, plan eta programa espezifikoak sortuz egin dute usteen aldaketa hori. Baina jardun honek ezkutatu egiten

¹⁵ MÉNDEZ, Lourdes: “Al servicio del cuerpo canónico: industrias y nuevos hábitos corporales”, orr.13.

ditu gizon zein emakumeen arten dauden botere harremanetatik eratorritako bereizkeriak: indarkeria, pobrezia, autonomia eza, sexualitate eredu inposatua, praktika sexual zehatzen zilegitasuna, e.a. Honela, instituzioek, ikerketa feministen gabeziak eta eragileen aldarrikapenak ezeztatu dituzte, kutsu feminista duen edozer baztertu edota asimilatu arte.

Genero azterketak eta emakumeen “boteretzea” aitzakiazat hartuta instituzioek emakumeen halako “*asoziazionismo onegeista*” bat bilatu dute. Emakume taldeak (feministak izan edo ez) euren bizirauterako diru laguntzetara lotzea lortu dute, beraien emaitzak eta borrokak mugatuz. Emaitza argia bezain larria da: mugimendu feministaren asimilazioa eta indargabetzea, hau da, mugimendu feminista subjektu politiko gisa desaktibatzea. Gainera, urteetan zehar mugimendu feministaren aldarrikapenak izan diren gaiekiko asimilazio prozesua jarri dute abian instituzioek.

Egun, instituzioek aurrera eramandako politiken bitartez bereizkeriak ez dituzte ikustarazten; emakumeen artean dauden bereizkeriak ere ezkutatu egiten dituzte. Euskal Herrian bizi den emakume oro ez dira klase berdinekoak, ez dute kultura zein herriarekiko kontsiderazio berdina eta ez dituzte sexualitatea bizitzeko era berdinak konpartitzen. Eta pertsonen identitatea eraikitzeke garaian oinarrizkoak diren hiru aldagaien artean (klasea, kultura-nazioa eta sexua-sexualitatea) ere bereizkeriak daude¹⁶. Beraz, hauek ikustaraztea, zergatiak salatzea eta eraldaketa soziala, kulturala, sexuala, e.a. aldarrikatzea dira eraldaketa abiapuntutzat duten mugimendu anitzen jardunaren muina. Instituzioen jarduna, zer? Instituzioen politiketarik asko urruntzen den praktika politikoa da azken hau.

Gogoeta hauek ikerkuntza lan honetara gerturatu ostean, sexualitatearen gaineko teoriak eta praktikak nola uztartzen diren azalduko da ondorengo lerroetan.

1.4 Sexualitatearen inguruko lanketa teorikoak eta praktikak: diferentziak, bateragarritasuna, e.a.

Orain arte egindako ibilbidean sexualitatearen eztabaidak izandako ibilbide teorikoari errepassoa eman, eta nolabait, egungo sexualitate eredu inguruko errealitatearen argazkia atera eta guzti honetan instituzioen papera zein izan den azaltzea izan du xede ikerkuntza lanaren zati honek.

¹⁶ MÉNDEZ, Lourdes: “Berdintasunaren diskurtso faltsua”, *Emakume abertzaleen IV. Topaketa Feministak*, Tolosa, (2009).

Bada, iritsi da garaia hausnarketa teorikoak praktikan nola uztartzen diren jakitekoa. Bide hau egiteko garaian talka esanguratsu bat sortzen da: batetik, mugimendu feministek, lesbianek, gay-ek eta transexualek sexualitatearen gaiarekiko izan duten garapen teorikoa, eta bestetik, sistema patriarkal neoliberalak lehen aipatutako interes ekonomikoak, politikoak, ideologikoak zein sozialak iraunarazi eta mantentzeko abian jarritako kontrol mekanismoen artekoa. Alta, Lourdes Mendezen eta Carmen Mozoren aburuz, nahiz eta diskurtso zein irakurketa ezberdinak sortu, jendartean gailentzen den ideia da: gorputzak egi haraindikoa giltzapetzen eta aldarrikatzen duela. Nolabait, alde batera utziz, identitatearen eraikuntza “gorputzaren gain sexuak, etniak eta klase sozialak sortzen dituzten afektuzko eta diskurtsiboak diren indar harremanen artikulazioaren bitartez eraikitzen dela” (Probyn, 1992:38)¹⁷.

Baina herritarren usteak zein praktikak bideratzeko, estatuek, indar ideologikoa (Althusser); indar fisikoa (Althusser) eta azkenik, indar sinbolikoa (Bourdieu) darabilte¹⁸. Hau honela izan dadin, kultura bakoitzak bere mekanismoak erabiltzen ditu eta bertako kideei joko arau, sexualitate eredu, feminitatearen irudia, maskulinitatearen irudia, e.a. inposatzen dizkie¹⁹. Horretarako, erabiltzen dituen mekanismoak hauek dira: hezkuntza, ekonomia, komunikabideak, publizitatea, diskurtso politikoak, eliza e.a. Nolabait, “orden sinbolikoaren baitan, arauen, kodeen eta boterearen bitartez, jendartea; gorputzak eta sexuak egituratzen dituzte. Modernitatearen emaitza diren gorpuzkera eta sexu aldaketek- adibidez: sexualitatearen arteko harremanaren haustura, emakumeen emantzipazioa edota erreprodukziora bideratutako aurrerakuntza teknologikoak-gorputzaren eta sexualitatearen espazioei eragin diete. Horrela, naturaltasuna eta kulturaren arteko harremana berriro ere planteatzea behartuz²⁰.

Jarrain, ikerkuntzaren lehenengo atal teoriko honi amaiera emateko, eta bete-betean ikerkuntzan sartu aurretik, publizitatearen industriaren inguruko aipamen batzuk egingo dira.

¹⁷PROBYN, E: “Corps féminin, soi féministe. Le dédoublement de l ’énonciation sociologique”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XXIV (1), 1992, orr.33-46.

¹⁸Althusser zein Bourdieuk eginiko hausnarketa ezberdinetan, estatuek jendartea kontrolatzeko erabiltzen dituzten mekanismoen inguruan hausnartu izan dute, eta ideia horiek berreskuratu nahi izan ditut.

¹⁹MÉNDEZ, Lourdes; MOZO, Carmen: “Cuerpos, géneros y sexualidades: encrucijadas identitarias”, *Antropología del género. Cuerpos, géneros y sexualidades*. Antropologiako VIII. Batzarreko aktak (2.liburukia), Santiago de Compostela, (1999), orr. 85

²⁰MÉNDEZ, Lourdes: “El lugar de lo impuro. Contribuciones de Mary Douglas a una antropología feminista del cuerpo”, *Pensadoras del siglo XX*, Valcárcel, A. & Romero, R. (eds), Sevilla (2001), orr. 235-261.

1.4.1 Sexualitatearen praktika arautzeko kulturak sortzen dituen mekanismoak: zehazki, publizitatea.

Zer da publizitatea? Zein da bere helburu gorena? Hauexek izan litezke *publizitate* hitza entzun eta bururatu litezkeen lehenengo galderak. Publizitateak definizio anitz izan ditzake: segidan publizitatearen inguruko definizio pare bat.

“Publizitatea; ekonomikoki, politikoki eta teknologikoki elkarri lotuta dagoen munduaren emaitza da: mugak hautsi dituen masa kultura fenomeno da”²¹. Kultura globalaren mundu eraikuntzan zein adierazpenean faktore erabakigarria da publizitatea. Herrialde ezberdinetako kontsumo talde anitzek konpartitzen dituzten kontsumo patroia berdintsuen eraginez, bizi estiloak gero eta bateratzaileagoak dira. Publizitateak mundu guztian zehar ezagun bilakatzen ditu marka globalak, bizitza estilo moderno, *cosmopolita* eta indibidualizatua. Ikus-entzunezko zein idatzizko komunikabideen bidez martxan jarritako publizitate kanpaina internazionalen bitartez, balore global berriak helarazten ditu publizitateak.

Aldiz, Manuel Garrido Lora-k, *Estereotipos de género en publicidad* artikuluan idatzitakoaren arabera, “publizitatea, publikoaren jarreretan, ezagutzetan zein posturretan eragin nahi duen ororen, alderdi politikoen, administrazioen zein enpresen interesen menpe dagoen komunikazio pertsuasio tresna da”²². Honen iritziz, publizitateak funtzio komertziala betetzeaz gain, unibertso sinbolikoa eraikitzen du. Bide batez, estereotipoak indartzen ditu eta familia eredu zein moda sozialak eskaintzen ditu.

Honela, iragarkien helburu gorena hauxe izango da: hartzailearen arreta deitzea, hartzailearengan produktua erosteko nahia piztea eta azkenik, produktua saltzea. Eta kontsumitzaileari zirrara eragiteko, baliabide anitz erabiltzen ditu: irudiak zein baliabide diskurtsiboak. Irudiak izugarritzko eragina dute hartzailearen adimenean; fikziozko mundua eraikitzeko gaitasuna baitute²³. Irudiez gain, publizitate iragarkietan teknika erretorikoak oso era berezian erabiltzen dira: erretorikak, hitzen interpretaziora mugatzeaz gain, beste kodigoetara egokitzeko gaitasuna hartzen du iragarkietan. Erretorika klasikoaren pertsuasio estrategien arabera, -informatzea eta irakastea

²¹ MONTES FERNÁNDEZ, Antonia: “Globalización y publicidad: El lenguaje universal de los perfumes”, http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2855/3/globalizaci%C3%B3n_y_perfume.pdf helbidean, {Kontsulta: 2010eko abuztuaren 5an}.

²² LORA GARRIDO, Manuel: “Estereotipos de género en publicidad”, *Revista Creatividad y Sociedad*, 11.zenbakia, (2007), orr. 53-71.

²³ MONTES FERNÁNDEZ, Antonia: “Globalización y Publicidad: El lenguaje universal de los perfumes”, *Op. Cit.*, orr.2.

(*docere*), entretenitzea eta gozaraztea (*delectare*), itsutzea eta berotzea (*movere*)-publizitatea, *delectare* eta *movere* artean kokatzen da. Iragarkietan erakargarritasuna eta orokortasuna aurkitu nahi dituzte: herrialde ezberdinetan iragarkiko irudia berdina izan ohi da, soilik testua egokitzen duten jatorrizko herrialdeko hizkuntzara (askotan ezta hori ere).

Beraz, Julia Sebastian-ek, *La imagen de la mujer en la publicidad; análisis de los mensajes latentes en los anuncios de contenido sexual*²⁴ artikuluan adierazten duen moduan, publizitateak funtzio komertziala izateaz gain, badu garaitzen duen beste funtziorik: funtzio ideologikoa, alegia. Hau da, iragarkietako edukien eta transmititzen den informazioaren bitartez, iragarleari interesatzen zaizkion balioak, sinesmenak zein informazio unitateak helarazten dizkie hartzaileei. Ez da ideologia bakarrik, publizitateak ez dizkie hartzaileei soilik eskema mentalak eskaintzen; horiez gain, hartzaileen gorputzetan legitimazio-jolasak legitimatzen ditu. Komunikazio ez da semantika hutsa, pragmatika baizik. Komunikazioa-jarduera oro beti sinboloz betea egon izan da; subjektu komunikatzaileak testuinguru historiko batean kokatzen dira eta testuinguru horrek ematen dio zentzua. Ondorioz, komunikatzaile, igorle zein iragarkietako protagonista orok, leku eta status jakin bat du jendartean: komunikazio-jarduera bat nekez izango da berdinen artekoa. Jendarte egitura hierarkiko batean, elkartruke semantikoak ere hierarkikoak dira, esatari, komunikatzaile, protagonista bakoitza jendarte egituran duen posizionamendura lekukotzen du. Maisuak beti hitz egiten du maisu moduan, apaizak beti apaiz moduan hitz egiten duen moduan.

Baina zerk ematen dio maisuari, jakintsuari, apaizari, e.a. autoritatea? Distintzioak, distira zeinuek, alegia. Eta horiek ikusten ditu hartzaileak; berriro ere ikusi, irudiak ikusi. Honi, dominazio-sinbolikoa deritzo, berau, botere egitura asimetriko batetik hasitako “a priori” bat izango da. Iragarkietako protagonistetan dominazio distintzio osoa daukatenen eta ez daukatenen arteko talka gertatu ohi da.

Mezu batek, ideia batek, irudi batek, e.a. beti dauka kanpotik datorkion indar bat, normalean, egitura ekonomikoetatik datorkiona. Indar horri, kapital sinbolikoa deritzogu; baina, berau, ez du ideia orok ez eta protagonista orok ere. Kapital sinbolikoa *habitus*-ek baldintzatzen dute: horrela, poliki-poliki denboran zehar, ohituren bitartez sortutako distira egonkortzen den heinean, haziko da onarmen sinbolikoa. Honela, distintzioa lortzeko, distintzio-instituzioak daude eta garrantzitsuenak: lengoia, gizarte

²⁴ SEBASTIAN, Julia: “La imagen de la mujer en la publicidad: Análisis de los mensajes latentes en los anuncios de contenido sexual”, *Las mujeres en la opinión pública*, X Jornadas de investigación interdisciplinaria sobre la mujer, (1995), orr.121-126.

erritualak eta hedabideak dira. Eta atal honetan publizitateak berebiziko garrantzia du; mundu guztian zehar barreiatzen dituelako balio, bizi estilo, familia eredu, sexualitate eredu, eta oro har bizitza bizitzeko era homogeneousak²⁵.

Ikerkuntza lan honek, hedabideen, pertsuasioaren, boterearen, dominazio-sinbolikoaren, e.a. inguruko hausnarketa honekin jarraitzeko, 1923.urtean sortu zen Frankfurteko eskola kritikoko kideek, artean, Theodore Adornok, Mass medien, kulturaren eta kritikotasunaren inguruan egiten duten hausnarketa ekarriko du gogora. Frankfurteko eskola kritikoek, arrazonamenduaren krisialditik irteteko proposamen bat bultzatzen dute, Teoria Kritikoa izenez ezaguna dena. Hauek, jendartearen berrantolaketa arrazionala planteatzen dute. Azken helburua, gizartean mina sorrarazten duten mendekotasun harremanak topatuta eta argituta, gizakiaren askapena da. *Mass mediak*, hainbat adierazlez osaturik daude, eta denen artean eragiten dute efektua. Honela, igortzen zaien informazioak antolatuko dizkie ikus-entzuleari euren gogoia, bide batez menperatzeko, eragiteko helburuarekin. Ekintza batek bere barne mezu ezberdinak eduki ditzake, geruza maila anitzetan kokatuak. Mezuak ezutuak eta agerikoak izan litezke. Eta zein da eraginkorra? Hauen arteko erlazioa konplexua izango da, baina askotan, ezkutuko mezuak eraginkorragoak izan ohi dira”.

Hortaz, hauen iritziz kulturak kritiko izaera galdu du. Noiz? Kontsumorako ekoizten den produktu bihurtzen denean; kontsumorako eskatzen diren produktuak, merkatuak eskatzen dituen moduak baitira. Hauen aburuz, publizitatearen bidez gustuak eta premiak moldatu egiten dira. Ondorioz, “sortuko den produktu mediatikoa inoiz ezingo da kritiko izan eta berrikuntzak ahortzi ditzake”.

Bestalde, eta jada ikerkuntzan barneratzen hasteko, aipatu sexualitatearen eta publizitatearen inguruan baino, emakumearen irudia eta publizitatearen inguruan egin izan direla ikerkuntza lan gehienak. Hastapenean egindako ikerketak 60ko hamarkadara garamatzate, hasiera honetan emakumeen ereduak aztertzen ziren, nahiz eta ondoren pixkanaka, gizonezkoen ereduak ere aztertzen hasi ziren. 1968an Giancarlo Marmorik, garaiko aldizkari esanguratsu batzuetan mitoen erreferentziak oinarri zituzten emakumeen ereduak identifikatu zituen: neurrigabeko Wandatik hasi eta abusatutako Justina arte, edota lausotutako Maupin-etik Aingeru purua bitarte. Baina Wanda, Justina edota Maupin gaur egun arte irauten duten emetasunaren gaineko kontzepzio estereotipoak besterik ez dira. Marmorik salbuespen izanik, publizitatea eta emakumeen

²⁵ Ander Iturriotzek, Kazetaritzako lizentziaturan ematen duen Soziologia irakasgaiko apunteetatik hartutako ideiak dira.

estereotipoen inguruan egindako lehenengo ikerketak Ameriketako Estatu Batuetan abiarazi ziren. Hauek ondorio nagusi batera iritsi ziren, emakumeak eremu pribatura, etxera, mugatzen zituztela publizitateko irudiek zein egoerek, eta bere itxura fisikoarengatik arduratutako emakumeak zirela (Culley y Bennett 1976; en Pearson *et al.* 1993:360). Aldiz, Espainiar estatuan 80ko hamarkadan eman zieten hasiera mota hauetako ikerketei; 1983an sortu zuten Emakumeen Institutuak sustatutako ikerketak ziren gehienak. 1985ean Maria Luisa Balaguer-ek egindako lanean, Espainian egiten ziren iragarkietan bost emakume eredu identifikatu zituen: etxeko andrea, langilea, edertasunaren irudi (objektua), gizonekiko gutxietsia zegoen emakumea eta produktu batzuen balioa atxikita zeraman emakumea. Hauxe gain, Balaguer lau gizon eredu ere identifikatu zituen: exekutiboa, etxean zegoen gizona, bere hurrekin zegoen gizona eta gizon konkistatzailea. Hein batean, eta Balaguerren hitzetan, egun indarrean dagoen eredu patriarkala da, baita sexualitatean ere: “Emakumea, bere bikote (gizonarekiko) harremanean, etorri zaiona ezeztatze aukera izango du baina sekula ez proposamenak egiteko iniziatiba”.

Urteak aurrera joan ahala, 1990ean Cristina Peña-marin eta Carlo Frabettik *La mujer en la Publicidad* liburua argitaratu zuten. Bertan, emakume eredu tradizionalarekin (edertasuna, erakarpena eta goxotasuna) elkarbizitzen hasi zen emakume eredu berri baten agerpena antzeman zuten; emakume gazte eta “erasokorra”. Eta bide batez, beste gizonezko eredu baten agerpenaren beharrezkotasuna errekonozitu zuten.

Bestalde, 90eko hamarkada erdialdetik aurrera ere hasi ziren publizitatean gizonezkoen irudia aztertzen. Horretan jardun du Juan Reyk, eta *El hombre fingido. La representación de la masculinidad en el discurso publicitario* (1994) izenpean, publizitatean agertzen diren gizonezko irudi anitzen katalogo oso bat osatu zuen. Bere ikerkuntzako ondorio nagusia: gizonezkoen eta emakumezkoen eredu arteko mugak lausotu egin direla, batez ere, gizonezkoen feminizazioarekin, non, gizonen trazuak goxatu eta bere itxura fisikoarengatik arduratuak agertzen diren. Ondoren egindako ikerkuntzak ere ildo beretik doaz, beraz, interes komertzial zein ideologikoei men eginez, bestelako eredu maskulino bat eraiki da publizitatean. Emakume ereduie dagokionean, Jose Luis Leon-en *Mitoanálisis de la publicidad* (2000) lanean, bost emakume eredu barnebiltzen ditu: *Aingeru komertziala*, betiko gazte izatearen ideian gorpuzten da; *Afrodita*, bere gorputza gizonen begietara bideratuta eskaintzen dute;

Ama; girl power, gaztetxoek boterea gizonen aurka eta azkenik, emakume biktima, gizonen menpe dagoen emakume objektua.

Egindako ikerkuntzen zertzeladaxo batzuk besterik ez dira hauek, baina ibilbidea nolakoa izan den eta ikerkuntza honi ekin aurretik zer nolako ereduak identifikatu izan direnaren ideia izateko helburuz egindako sarreratxoa izan da.

Ikerkuntza lan honetan publizitatea aztertuko da, baina, nolabait eremu oso zabala dela ikusita, lurrinen inguruko iragarkiak aztertzea erabaki da. Lurrinak luxuzko artikuluak bilakatu dira; gaur egun, emakume eta gizon orok lortu dezakete. Ez daude kultura jakin batetara lotuak, ia mundu osoko emakumeek eta gizonak kontsumitzen duten artikulu bat da, baina aldi berean, lurrin bakoitza, berau daraman pertsonaren izaerari guztiz lotua dago. Lurrinek historia luzea dute, jada, antzinako zibilizazioetan erabiltzen zituzten lurrinak eta baltsamoak. *Globalización y Publicidad: El lenguaje universal de los perfumes-en*²⁶ Antonia Montesek idatzitakoaren arabera, “kultura bakoitzak bere metodoa erabili du emakumearen figura nabarmentzeko eta apaintzeko. Aspaldidanik emakumearen irudi seduktoreena indartu izan da lurrinen lengoaiaren bitartez”. Publizitate sortzaileek, lurrinen iragarkiak sortzerako orduan, fikziozko istorioetan barneratutako testuinguru idilikoaren irudikapena egiten dute. Bestalde, publizitatean dagoen gain saturazioa dela eta beharretatik harago doazen baloreak transmititzen ditu. Nolabait, hartzaileei sinestarazi nahirik, produktu hori erabilia bere desio guztiak gauzatzeko direla.

Honez gain, lurrinen inguruko iragarkiek ere badute ezaugarritzen dieten beste ezaugarri bat: gehienetan, hitzezko zatia, hau da, lurrinaren lema ez dutela itzultzen, jatorrizko hizkuntzan uzten dutela, alegia. Lurrinen industria ere ari da jasaten globalizazioaren eragina eta ingelesaren nagusitasuna. Tradizionalki, sortzaile handienak goi mailako joskintzatik zetozen. Mitikoak dira Dior, Yves Saint Laurent, Coco Chanel izenak. Lurrinen izenak frantsesez izaten ziren, hizkuntzaren bitartez lurrinari dotorezia eta eksklusibotasuna bezalako baloreak atxikitzen zitzaizkion. Baina produktu honen industria goitik behera aldatu da azken hamarkadetan. Enpresa multinazionalak ospe handiko markak erosi dituzte, hala nola, LVMH taldeak marka frantses esanguratsuenak erosten joan da, artean, Dior, Givenchy, Guerlain. Edota L’Oreal taldeak bere jabetzan ditu: Cacharel, Giorgio Armani Parfums, Lancôme eta

²⁶ MONTES FERNANDEZ, Antonia: “Globalización y Publicidad: El lenguaje universal de los perfumes”, *Op. Cit.*, orr.3-4.

Raph Laurens. Hein batean, ia lurrinen marka gehienek euren izate berezitua ahantzi dute, merkatu osoaren, globalizazioaren, marka globalaren mesedetan.

2. Ikerkuntzaren metodologia

Ikerkuntza lan honen praktika aurrera nola eraman den jakinaraztea da Metodologia deituriko atal honen helburua. Ikerkuntza burutzeko Edukien Analisia hartu da oinarri gisa. Beraz, lehenengo, aldizkarien sailkapena egin da; kontuan hartu da lurrinen iragarkiak zein aldizkarietan agertzen diren gehien. Ondoren, unibertsoa- hau da, ikerkuntza planteatu den denbora tartea, kasu honetan 2010.urtea- eta lagina egituratu dira. Jarraian, jada, aukeratutako lagina prozesatzeko fitxak osatu eta bien bitartean, diskurtsoaren azterketa egiteko funtzioak zehaztu dira. Horrela, guzti hau osatu eta behin datuak kodifikatu eta prozesatuta ondorioei emango zaie bide.

2.1 Ikerkuntzaren helburuak

Sexualitatea eta publizitatea ardatz izango dituen ikerkuntza lan honetan barneratu aurretik, lana egituratu aurretiko helburu jakin batzuk markatu dira. Ikerkuntza lan honen helburu nagusia, egun, indarrean dauden sexualitate ereduak eraikitze zein erreproduzitze bidean publizitateak zer nolako ikusmen eta diskurtso estimuluak erabiltzen dituen identifikatzea izango da. Hala, zehaztasunez, jendartean dagoen sexualitate eredu bera, eta honen gaineko kontzeptualizazioan gehiago fintzeko aukera ahalbidetuko du.

Honez gain, identitate indibidual zein kolektiboen eraikuntzaren gaia guri-guri dagoen honetan, eraikuntza honetan hainbat faktorek eragiten dutela aintzat hartuz, informazioaren/komunikazioaren jendartean bizi garen heinean, estimulu komunikatiboak mahai gaineratuz, hauek, norberaren identitateetan izan ditzaketen eraginez jabetzea ere bada ikerkuntza lan honen beste helburuetako bat. Bada, kultura bakoitzak sexualitate eredu jakin batzuk eraikitzen ditu, eta hauek bizirauteko mekanismo anitz erabiltzen dituzte, artean, publizitatea.

Gainera, sexualitatearen gaiak izan duen garapen teorikoa eta identitateak zer nola ulertzen diren azalduta; bide batez, jendartean gaiarekiko eman den eta ematen ari den garapena abiapuntutzat hartuz, oraindik orain publizitateak eskaintzen dituen mezuak

eta estereotipoak elkarren ondoan jarri, eta hauek alderatzea ere bada lan honen beste helburuetako bat. Nolabait, publizitatea jendarte aldaketaren isla den edota eredu patriarkal heterosexistaren biziraupena ziurtatzen duen euskarria bailitzan konparatuko dira. Beraz, “Berdintasun faltsuaren”²⁷ baitan hezitako gazteak, sexu identitatearen gaiaren garapena kontuan hartuta; bidean, jendarteak, egunerokoan, zer nolako bi diskurtsoekin topo egiten duen aztertuko da: batetik, publizitatea eta bestetik, jendartean herri zein gizarte mugimenduen eraginez aurrera doazen sexu identitateen inguruko eztabaidak.

Azkenik, ikerkuntza lan honen emaitzak prozesatzean, publizitateak sortzen dituen sexualitate ereduak, unibertsaltasunera jotzen duten edota alternatibak badauden ikusteko aukera emango luke.

2.2. Hipotesi nagusiak

Ikerkuntza lan honi heldu aurretik, oraindaino ikusi, entzun eta irakurritako gogoetek hipotesi batzuk eraikitzea eraman naute. Egunero topatzen gara aldizkarietan, telebistan nahiz interneten irudi zein diskurtso anitzekin, eta horrek, zer pentsatu eta zer hausnartu eman dit ikerkuntza lan honi ekin aurretik. Beraz, ikerkuntza lan hau ez da ezerezetik abiatzen, jada sortutako eta elikatutako hipotesi batzuk eduki badauzkat.

Jendartearen antolaketa ekonomiko, politiko zein ideologikoa bera bi sexuen gizon-emakume dikotomiaren baitan eraikita dago egungo sistema kapitalistaren biziraupenaren ziurtatzeko. Hau honela izan dadin, publizitateak, kultura sistemaren parte den heinean, sexu identitatea naturala, berezkoa bailitzan irudikatzen du. Norberak munduarekiko zein bere buruarekiko eraikitzen duen ikuskeran, publizitateak, izugarritzko tokia daukala pentsatzen dut. Horregatik dira hain indartsuak publizitateak bitar sistema egituratzeko, sortzen eta erreproduzitzen dituen irudiak eta estereotipoak.

Baina, bi sexuek zein bi generoek trataera berdina al dute publizitatean? Ezetz uste dut. Gizon eta emakumeen sexu identitateek trataera ezberdina dute publizitatean. Oraindik, gizon zein emakumeen arteko harremanak boterean eta hierarkian oinarritzen dira, beraz, publizitateak ere jendarteko jakintza arlo ezberdinek egin ohi duten moduan, emakumeen sexu askatasuna mugatzen jarraitzen du.

²⁷ MÉNDEZ, Lourdes: “Berdintasunaren diskurtso faltsua”, *Emakume abertzaleen IV.Topaketa Feministak*, Tolosa, (2009). Artikulu hau izenpetzen duen kontzeptua da, egungo jendartearen definitzeko orduan erabili dudan kontzeptua.

Horrez gain, sexualitatearen inguruko eztabaidek garapena izan dute eta egun oraindik garatze bidean dira, garapen eta aldarrikapen horiek islatzen al dira publizitatean? Sexu identitate askearen alde herrian, kalean, mugimendu feministetan, mugimendu lesbianetan, gay-etan eta transexualetan ematen ari diren borroken eraginez lortzen ari diren aurrerapausoak komunikabideek euren praktikaren bitartez estali egin nahi dituztela uste dut. Guzti honen helburu gorena, egun, inposatua den marko ideologikoaren, politikoaren zein ekonomikoaren biziraupena izanik. Eta nire hasierako hipotesiekin amaitzeko Michel Foucaulten hitz hauexek ekarri nahiko nituzke gogora: “Jendartean maskulinitatearekiko zein feminitatearekiko izan diren aldaketen aurrean, patriarkatuaren ideologia generikoak indarrean jarraitzen du, inongo alteraziorik jasan gabe. Oraindik identitateak egituratzen ditu. Zaharkitutako ideologia da, ez baititu aintzat hartzen subjektuen konplexutasun guztiak, eta gainera, aldaezinak diren ezberdintasun sinbolikoak adierazten eta sintetizatzen ditu. Horrela, bereizkeria baztertzailak eta antagonikoak naturalizat hartuz; hori da bere esentzia. Emakumea edo gizon izatea sortutako estereotipoek baldintzatzen dute; eta gero eta gehiago, gizona edo emakume izatearekin bat ez datozen baldintzak ez betetzeagatik, emakumeak zein gizonak anormalizat tratatzen ditu. Hauek, okertutako, bukatu gabeko ideiak, anormal, gaixo, arazo edota krisi ideiekin elkartuz”.²⁸

2.3. Ikerkuntzaren inguruko oinarritzko galderak

Arestian aipatutako helburuak betetzeko, hauek dira lan honi ekiteko garaian ikerkuntza lan hau amaitu ostean, erantzuten saiatuko den galderak:

1. Zer nolako mekanismoak (irudiak/hitzak) erabiltzen ditu publizitateak sexualitate eredu jakin bat sortu edota erreproduzitzeko?
2. Zer nolako sexualitate eredu sortu eta erreproduzitzen du publizitateak?
3. Nola irudikatzen dute desioa, gozamina, e.a.?
4. Sexu identitateen gaiak jendartean garapen bat izaten ari da, hori islatzen da publizitatean? Eta publizitatean ze isla du eraldaketa honek?
5. Gizonen zein emakumeen sexu identitateak berdin islatzen dira publizitatean? Nola irudikatzen dute bakoitza? Bereizkeriak bai al daude? Zeintzuk?
6. Badago sexu identitate eraldatzaile eta aurrerakoiak irudikatzen dituzten publizitaterik aztertutako aldizkari berezitueta adibideetan?

²⁸ FOUCAULT, Michel: “Microfísica del poder”, *Siglo XXI*, México, 1990.

Metodologiari zuzendutako atal honen helburua Edukien Azterketa nola egin den azaltzea da. Azterketa hau egin ahal izateko, lehenik, aldizkari berezituen aukeraketa egin da, ondoren, lagina zehaztu eta azkenik, azterketa honi ahalik eta etekin gehien ateratzeko kategoria anitz biltzen dituen fitxa analitikoa osatu da.

Aurreko ataletan argi geratu dira ikerkuntza lan honen helburuak zeintzuk diren, beraz, azterketarako kategoriak zentzu horretan sailkatu, definitu eta kodifikatu dira.

2.4 Edukien Analisia

2.4.1 Lagina. Definizioa eta aukeraketa

Sexualitate eredu jakinak sortu, erreproduzitu eta egonkortzeko lurrinen inguruko iragarkiek zer nolako ikusmen eta estimulu komunikatiboak sortzen dituzten aztertzekeo lagin zehatz bat osatu da. Horretarako, sexualitate eredu anitzak erreproduzitzen dituzten aldizkariak lortzen egin da lan. Laginak gutxienez oinarrizko bi baldintza bete behar ditu: adierazgarritasuna eta konfiantza²⁹. Adierazgarritasunari dagokionean, esan da “laginak miniaturazko unibertsoa izan behar du; unibertso orokorraren ispilua izan behar du. Ikerkuntzaren emaitza, unibertsoa osoki aztertuta bezala izan behar dute”. Aldiz, “Konfiantza”-ren inguruan gehitu behar da, “laginak unibertsoarekiko adierazgarritasuna ziurtatu behar duela, eta adierazgarritasun honek, berriz, ikerkuntza hori berriro eginda emaitza eta ondorio berdinak aterako direla ziurtatu behar du”. Horrek noski, laginaren kopuru esanguratsu bat aukeratzea esan nahi du³⁰.

Hasiera batean, iragarkiak, aldizkari mordoxketatik aukeratzea erabaki bazen ere, aldizkari gehienetan iragarkiak errepikatzen zirela ikusita; bi sexuei, bi generoei bideratutako aldizkari bana aukeratzea erabaki zen. Lagina aukeratzeko orduan hasieran zehaztutako bi oinarrizko baldintza horiez gain, beste hainbat faktore hartu dira kontuan. Batetik, aukeratutako aldizkariak bete nahi diren helburuetara egokitzea, horretarako, emakumeen prentsa berezitua deiturikotik duen zabalpena aintzat hartuta *Cosmopolitan* aldizkaria aukeratu da. Aldiz, gizonen prentsa berezitua deiturikotik *Men's Health* aldizkaria aukeratu da.

Hauez gain esplizituki bestelako sexualitate ereduak eta bizitza estiloak kontenplazten dituzten aldizkarietan iragarkiak topatzeko saiakera egin den arren,

²⁹ *Métodos de Investigación Social. Muestreo, Construcción de escalas, Análisis de Datos*. Departamento de Sociología. Universidad de Deusto, 1973. Tomo II, Tercera Parte, Tema 10, 5.orr.

³⁰ Idem, 6.orr.

pertsona homosexual zein lesbianeiei zuzendutako aldizkariak tarteko, - hala nola, *Vanity gay*, *Diva* edota zuzenki lesbianeiei zuzendutako aldizkari bakarrenetakoa den *Curve* estatubatuarra kasu- ez dira iragarkiak topatu. Hauetan gobernu kanpoko erakundeek edota Amnistya Internacional bezalako erakundeetan finantzatzen dituzte eta ez dute publizitaterik barnebiltzen. Baina horrek ez du esan nahi, bestelako aldizkarietan argitaratutako iragarkiek, batez ere, lurrinen zein kosmetika produktuetan sexualitate eredu berritzaileei, hain zuzen, homosexualei, bideratutako iragarkirik topatu ez denik. Enpresa multinazionalak pixkanaka bestelako erosle profilak harrapatzen saiatzen diren momentuan, bestelako publikoarentzat ere sortzen baitituzte iragarkiak. Ondoren, edukiko da berau ikusteko eta aztertze aukera.

Hau honela izanik, 2010.urteko *Cosmopolitan* eta *Men's Health* aldizkariko aleetatik aukeraketa berezitua eta espezifikoa egin da, azterketa kualitatiboa egitea izanik helburu. Baina, 2010.urteko aleak ikuskatzeaz gain, 2000.urteko aleak ere ikuskatu eta aztertu dira azken hamarkadan aldaketarik eman den identifikatu ahal izateko, eta aldaketaren bat eman bada zenen ondorio izan den hausnartzeko. Aldizkari bakoitzetik bost iragarki aukeratu dira, eta hauetan ikusmen zein estimulu diskurtsiboak aztertze bi baliabide erabili dira. Beraz, 2010eko hamar iragarki aztertu dira sakonki eta 2000.urteko bost iragarki.

2.4.2. Iragarkien sailkapena

2.4.2.1. *Cosmopolitan* aldizkariaren “nortasuna”

Cosmopolintan-en lehenengo alea 1973an sortu zuten Estatu Batuetan. Egun, hogeita sei hizkuntzetan editatzen da eta ehun herrialdeetan irakurtzen da. Emakume aurrerakoi eta hiritarrari zuzenduriko aldizkaria dugu. Ez da Espainiako emakumeetara mugatzen, mundu ikuskera globalago batekin lantzen dituzte euren gaiak.

Espainian, 1976 agertu zen lehen alea, emakume gogor eta askeari hitza emanez. Baina, espainiar jendarteak ez zuen onartu. Frankismoaren hatzaparretan urtetan harrapaturik egondako herritarrentzat urruneko kontzeptu eta ideiak ziren. Segituan desagertu zen. 1990an iritsi zen lehenengo alea, eta oraingoan bai onarpen osoa izan zuen, baita emakumeen aldetik ere.

Egun, merkatuan, aldizkari femeninoetan zabalpen handienetarikoa du; 2009.urteko datuak ikusiz gero, argitaratutako ale-kopuruaren batezbestekoa 227.028koa izan zen eta irakurle kopurua 856.000 irakurlera iritsi zen.

Zer nolako emakumeei zuzendurikoa da? ze helburu du? ez dira galdera errazak, beno hobeto esan lehenengo begiradan ezin asma litezke baina, erantzuna jakiteko zer hobeto zuzendaria izandakoaren hitzak jasotzea baino. 1997ko otsaileko *Cosmopolitan* aldizkari honetan, Helen Gurley Brown –en hitzak: “*Cosmopolitan*-ek emakumeei mundura irten behar direla esaten die, eta beraien helburuak lor ditzatela. Aldizkari hau gizonak eta umeak gustatzen zaizkien emakume gazteentzat da, baina beraien bizia beraiak bizi behar dutela garbi dutenentzat zuzendurikoa da, alegia. Bestalde, sexuaz eta gozamenaz, naturaltasun osoz jarduten duen aldizkaria da”.

Idea, gai, kontzeptu aurrerakoiak helaraztera zetorren eta dator *Cosmopolitan*, jarraian ikusiko dugu, ideia hauek bertan atxikitzen duten iragarkiekin bat datozen, edo kontrajarriak izan litezkeen. Eta bertan lantzen dituzten edukietan ez gara sartuko, baina, *Cosmopolitan* taldea osatzen duten lan taldearen profila irudikatzeko lan taldea osatzen dutenen kopurua zenbatu eta hauetatik zenbat emakume eta zenbat gizon dauden kontatu dira. Aldizkariaren izaeran beharbada eraginik ez duen datua da, baina aldaketa dezentea atzematen da argitaratze-batzordea eta “staff³¹”-aren artean. Lehena, aldizkariaren gestioaz arduratzen direnek osatzen dute; taldeak GPS izena du eta hiru emakume eta hamabi gizonek osatzen dute. Erredakzioan, aldiz, hogeita bi emakume eta bost gizon daude.

2.4.2.2 *Men's Health* aldizkariaren “nortasuna”

MPIB taldearen egitasmoz, 2001ean sortu zen gizonetzko zuzendutako aldizkari hau. Euren burua aurkezteko honako definizioa erabiltzen dute: “egungo gizonen –menpekoak, pertsonalitate dunak eta heziketa maila altukoak- egonezinak islatzen dituen aldizkaria da. Umorea eta ironia erabiliz, gizonen garapen fisikoa, emozionala eta mentala kontrolatzeko laguntza ahalbidetzen dien aldizkaria. Bizitza hobetuzko eramateko era praktikoa eta positiboa”³².

³¹ Erredakzioko lan-taldea izenpetzeko komunikazioan erabiltzen den ingelesezko adiera.

³² Aldizkariaren nortasunaren inguruko informazioa lortzeko internetera jo dut eta web orrialde honetan lortu dut aldizkariaren inguruan lortu dudak deskribapen fidagarri bakarrenetakoa: http://www.grupogyj.es/index.php?option=com_content&task=view&id=277&Itemid=137

Zabalpenari begira lortutako datuen arabera, 2009ko OJDa 60.004koa izan zuen eta irakurle kopurua, EGMa berriz, 230.742koa. Beraz, ondoriozta liteke, kontuan hartuz gizonei bideratutako prentsa mota hau berria dela 90.hamarkadatik honantz hasi zela indartzen, esanguratsua den irakurle kopurua duela. Datu hauen adierazkortasuna aintzat hartuta erabaki da *Men's Health* aldizkarian dauden bost iragarki aztertzea sakonki, honela ondorio batzuetara iristeko.

Bestalde, aldizkariaren izaerari dagokionean, aldizkaria osatzen dutenen lan-taldearen profila izango litzateke. Beharbada erabakigarriak diren baieztapenik sortuko ez den arren, talde izaeraren profila definitzeko orduan pistak eman ditzake. Argitaratze-batzordean, gestioaz arduratzen den taldeari dagokionez, *Cosmopolitan*-en talde berdina osatzen dute; beraz, hiru emakumek eta hamabi gizonek. Eta "staff"-ean, berriz, hamalau emakume eta hogeita bederatzi gizon daude. Lehen, aldizkariaren gestioaz arduratzen direnek osatzen dute; taldeak GPS izena du eta hiru emakume eta hamabi gizonek osatzen dute. Erredakzioan, aldiz, hogeita bi emakume eta bost gizon daude.

3.4.1. Datuen kodifikazio prozesua: Azterketa Unitatea

Azterketa Unitatearen aukeraketa da datuak kodifikatzeko eman beharreko lehenengo pausua. Kodifikazioa, testu edota irudi batetik, zehaztutako arauen arabera, eskuratutako datu gordinen eraldaketa da. Holstik ondorengo ekarpena egin zuen: "kodifikazioa prozesu bat da, zeinetan, datu gordinak sistematikoki eta unitateetan taldekatuta edukiaren ezaugarrien gaineko deskribapen zehatza egiten duen"³³.

Ikerkuntza honen kasuan, azterketa kualitatiboa eta kategoriala da; horregatik, kodifikazio prozesuak hiru atal nagusi izango ditu:

- Ikusmen estimuluak prozesatzeko kategoriak sortzea, aukeratzea eta taldekatzea.
- Testuaren azterketa gauzatzeko, funtzioak aukeratzea Roman Jacobson-ek sortutako Komunikazio Funtzioak erabili dira testuei ere euren zukua ateratzeko.
- Norabide berdinean doazen bi ibilbideen, ikusmen zein estimulu diskurtsiboen, bat-egitea gauzatzeko azterketa fitxen sorkuntza eta bateraketa.

³³ ABRIL VARGAS, Natividad: *"Las mujeres en la prensa diaria vasca: protagonistas, temáticas, tratamiento periodístico"*, Euskal Herriko Unibertsitateko Gizarte eta Informazio Zientzien Fakultateko Kazetaritza departamentua, Leioa, (1994), 270.orr.

2.4.5.1 Kategorien sorkuntza eta aukeratzea. Fitxa.

Ikerkuntza lan batean kategoriak sortzearen helburu nagusia datu gordinen adierazpen sinplifikatu bat ahalbidetzea izango da. Prozesu hau estrukturalistatzat jotzen da eta bi etapa atxikitzen zaizkio. Batetik, “Inbentarioa”; datuak bakartzea izango litzatekeena eta bestetik, “Sailkapena”; elementuak banatzea eta mezuak nolabait antolatzea³⁴. Honela, Laurence Bardin irakasleak dioen moduan, “kategoria onak eta txarrak egon litezke; beraz, kategorien talde egokiak zer nolako ezaugarriak eduki behar dituen aipatzen ditu. Hauek lirateke³⁵:

- Elkarren arteko bazterketa: kategoria bakoitzak ezingo du jarraian edota ondoan duen laukiari erreferentzia egin. Kategoria bakoitzak ezingo ditu bi edo hiru esangura ezberdin izan atal ezberdinetan.
- Homogeneitatea: Sailkapenerako erabili den printzipioak, azterketa dimentsio bakarra izango du.
- Egokia: aukeratutako azterketa materialera eta taula teorikora egokitutako kategoria egokia izango da.
- Objektibitatea eta fideltasuna.
- Emankortasuna: kategoria bat emankorra dela esaten da, emaitza aberatsak lortzen dituenean hipotesi berriak sortuz edota datu fidagarriak eskainiz.

Ikerkuntza lan honetan azaldutako helburuak bete asmoz, kategorien sistema osatu da eta horretarako, faktore anitz hartu dira kontuan: faktore soziodemografikoak, erakarpen faktoreak, apeu sexuala lortu nahi duten faktoreak, funtzio sozialak, iturrien sinesgarritasuna eta azkenik, mezuaren faktore komunikatzailea. Hauexek dira funtzio bakoitzean identifikatutako kategoriak:

AZTERKETA FITXA
1. Komunikabidea:
2. Data:
3. Hartzailea:
4. Iragartzen duen produktua

1. Testua: 1.1 Interpretazioa 1.2 Ironia/Umorea 1.3 Besterik
2. Irudiaren deskribapena:

³⁴ ABRIL VARGAS, Natividad: Op.cit., orr.274.

³⁵ BARDIN, Laurence: “El análisis de contenido”, Ediciones Akal, S.A, Madrid, (1986).

3. Fisikoa: 3.1 sinbolismoaren erabilera bai/ez. Nola? Gorputza, hiria...; 3.2 Koloreen erabilera 3.3 Osagarriak

FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK
1. Protagonista diren pertsonaien sexua: emakume-gizon-biak
2. Maila sozioekonomikoa: altua/erdi-altua/erdikoa/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia
4. Bikotea: agertzen da /ez da agertzen- lotura emozionala edo sexuala bai/ez
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda), hiria edo ez da agertzen

ERAKARPEN FAKTOREAK
1. Adina:
2. Gorputzaren forma eta keinuak: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada, e.a.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpene fisikoa: bai/ez. Nola?

APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:
1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: jantzita/ bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ beste aukerarik.
2. Badago erakarpene sexual, errepresentazio sentzual edo erotikorik protagonistetan. Bai/Ez/Nola adierazte dute? Begiradak, muxuak, gorputz biluziak, gorputz jarrerak.
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. Bai/ Ez. Nola?
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. Bai/ Ez/ Nola?

FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:
1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babes, osasuna, heziketa
2. Mendekotasuna oinarri duten protagonistak
3. Seguruak, dominatzaileak, independenteak eta berritzaileak diren pertsonaiak
4. Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago

ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:
1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, erosle normala, autoritate gabeko ospetsu bat edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia

MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:
1. Natura: naturaltasuna, berezkotasuna
2. Sexualitate ereduak: bitarra, heterosexuala, homosexuala, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia
3. Gorputzeko atalak: gorputz osoa, gerritik gora (emakumea), gerritik behera (gizona+emakumea), aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
4. Irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, begiradak
5. Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.
6. Askatasuna: independentzia, ihesbidea.
7. Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.

2.5 *Cosmopolitan* eta *Men's Health* aldizkarietako iragarkien azterketa kualitatiboa.

Jarraian, 2010. urteko *Cosmopolitan* eta *Men's Health* aldizkarietan topatutako iragarkien azterketa kualitatiboa aurkezten da. Hauek dira aztertu diren iragarkiak:

Cosmopolitan aldizkaritik:

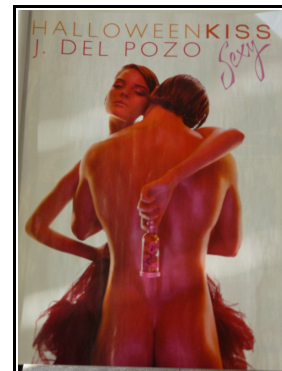
1. Halloween Kiss, J.del Pozo
2. Chanel: Coco Mademoiselle
3. J'dore DIOR
4. Carolina Herrera: CH
5. DKNY, Dona Karan New York

Men's Health aldizkaritik:

1. DKNY Men
2. "The new fragrances by D&G"
3. Jean Paul Gaultier "Le Male"
4. D&G "The one"
5. Burberry Sport

2.5.1 Halloween Kiss, J. del Pozo

- Komunikabidea: *Cosmopolitan* aldizkaria
- Data: 2010 urtarrila
- Hartzailea: Emakumeak



*TESTUA: “Sexy”

- Interpretazioa: Wordreference hiztegiak eginiko itzulpen definizioaren arabera, haxe da Sexy hitzaren adiera: “izaera erotikoa duen erakarpen fisiko handia duen pertsona”.
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez.
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren izena. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, ingelesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa eta nagusitasun nahia.

*IRUDIA: Argazkia plano amerikarra edota erdi luzea da, nolabait ipurditik gora agertzen dira irudiko bi protagonistak. Bertan, neska-mutil bikotea ageri dira elkar besarkatuta. Emakumea aurrera begira, eta gizonetzkoa, berriz, bizkarrez dago, ez zaio aurpegia ikusten. Gizonetzkoa, guztiz biluzturik dago eta emakumea, berriz, gerritik gora ikusten ez zaion arren, biluzik dagoela iradokitzen du irudiak. Emakumeari aldaken izkinetatik, aldiz, lumadun gona gorri zabala igartzen zaio. Emakumeak, gizonaren sorbaldatik igaroz besoa luzatzen du gizonaren bizkarretik behera eskuetan lurrinaren potea duela. Irudiak ez du eszenatokirik, zuri agertzen da fondoa eta bi pertsonaien gorputzak, berriz, gorritzeta eta arrosa ilun distiratsuak. Argazkian indarra bi estimuluek hartzen dute: gizonaren gorputz biluziak eta ipurdi ganean emakumeak eusten duen lurrin poteak.

Irudia oso da bertikala eta kantoiez bete; okondoetan, emakumearen besoak hartzen duen jarreran antzeman ditzakegu kantoï hauek. Horrez gain, irudia bera oso saturatua dago, bikote heterosexual baten irudikapen behartua, saturatua eginez. Efektu hau lortzeko kamara termikoa erabili dute; kamera mota honek protagonisten gorputzen temperatura neurtzen du, honela, gorputzak zenbat eta beroagoak dauden, koloreak are

eta saturatuagoa agertuko dira. Kasu honetan efektu horrekin jokatu dute, eta argazkiak irrealtasun puntua hartzen du: argazki bat baino, arte lan bat ematen du, atzean ere fondorik ez duen arren, txuri saturatua du, pinturako oihal bat izan liteke.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Sinbolismo handia erabiltzen da argazkian; postura horretan elkar hartuta dauden bi gorputzek asko iradoki nahi dute, praktika sexual jakin bat iradokitzen dute; koitoo/penetraziorako aurre beroketa. Gainera, emakumeak eskuan duen boteak ere badu esatekorik; zakilaren forma duen botea da, eta emakumeak duenez eskuetan, botilaren gaineko jabetza eta kontrola emakumeak duela iradoki nahi du irudiak. Horrez gain, emakumearen jantziei dagokienean, soinean jarritako luma gorritz osatutako soinekoak eta ile guztia bilduz osatutako mototsak ere emakume eredu bat sinbolizatzen duela deritzot, kabaretetako, tabernetako dantzariarena.
- Koloreen erabilera. Irudiari konnotazio jakina emateko bi pertsonaien gorputzak gorritz agertzen dira, indarrez: kolore gorriak; pasioa, emozioa, ekintza eta arriskua irudikatzen ditu. Arestian esan bezala, kolore gorritz saturatuekin jolasten dute; teknika honen eraginez, bikote irrealaren irudikapena indartzen da.
- Osagarriak: bai/**ez**. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: emakume-gizon-**biak**
2. Maila sozioekonomikoa: altua/erdi-altua/**erdikoa**/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko herritarrak.
4. Bikotea: **agertzen da** /ez da agertzen- lotura emozionala edo sexuala **bai/ez**
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda) edo **ez da agertzen**.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gazteak
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada, e.a. Gorputzaren jarrera: emakumeak jarrera pasiboarekin, tristearekin dago; aurpegian eta eskuetan igartzen zaio, eta gizona, berriz, muxuka agertzen zaio lepoaldetik, bi eskuekin gerritik heltzen duen bitartean. Gorputzaren jarreraren

inguruan esan biak zutik daudela, estuki lotuta, azala azalaren kontra, bien genitalak elkarren kontra, igurtziz.

Eskuak: Gizonaren eskuak emakumearen gorputzean galtzen dira eta emakumearenak, aldiz, bistan daude. Eskuineko eskua gerrian du makurtuta eta ezkerreko besoa gizonaren sorbalda gainetik bizkarretik barrena, bizkar erdian kokatzen du eskuetan lurrinaren botea duela. Zehaztapen bat egin nahiko nuke emakumearen eskuaren inguruan, oso handia dela deritzot; ez dira emakume baten ohiko eskuak, neurritz kanpokoak dela iruditzen zait, nahiko irrealak, alegia.

Ilea: iragarkiko emakumeari ilearen norabidea garbi ikusten ez zaion arren, mototsa duela iradoki liteke. Honela, lepo alde osoa bistan duela ageri da.

Begirada: emakumearen begira ikusteko aukera dugu soilik, begiak erdi itxita, gozamen begirada eta aurpegia islatzen ditu.

3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai/ez**. Nola? Gizona atzetik guztiz biluzik agertzen da, eta iragarkiaren helburua da emakumeei helaraztea lurrin hori emanaz gero, horrelako mutil baten gorputzarekin eta gorputzaz disfrutatzeko aukera izango dutela.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: jantzita/ bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ beste aukerarik. **Guztiz biluzik**.
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai/Ez/Nola** adierazte dute? Bi pertsonaien gorputz jarrera da guztiz sexuala, sentsuala, eta emakumeak ageri duen aurpegiko keinuak ere gozamina irudikatzen du.
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. **Bai/ Ez**. Nola?
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. **Bai/ Ez/ Nola?** Biak elkarri besarkatuta, biluzik...praktika sexual guztiz esplizitua.

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babesak, osasuna, heziketa...
2. Menpekotasuna oinarri duten protagonistak.

3. Seguruak, **dominatzaileak (gizona)**, independenteak eta berritzaileak diren pertsonaiak.
4. Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, **erosle normala**, autoritate gabeko ospetsu bat edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: naturaltasuna, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: gorputz osoa, **ipurditik gora baina gizonaren gorputza soilik agertzen da bistan** (aurpegia ez, bizkarrez agertzen da) eta emakumearena soilik, aurpegiak eta eskuak agertzen dira). Gerritik gora, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: **musuak, laztanak, besarkadak**, begiradak
- sexualitate ereduak: **bitarra, heterosexuala**, homosexuala, **praktika sexual jakina**, inpultso sexualaren irudia
 - Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.
 - Askatasuna: independentzia, ihesbidea.
 - Maitasuna: **bikotea**, familia, norbanakoa.
 - Berrikuntza: aldaketa, tradizionalarekiko ukapena.
 - Beste batzuk.

ONDORIOAK:

- Erabilitako ikusmen eta diskurtso estimuluak
- ❖ Estimulu komunikatiboak:
 1. Sinbolismoaren erabilera. Irudi honetan sinbolismoa bi norabideetan erabiltzen dute, batean, botea du oinarri eta bestean, aldiz, emakumeari soinean jarritako jantzia. Boteak, gizonaren zakila sinboliza lezake, nolabait, emakumeei helarazi nahi dien mezua da: lurrin hau botata biluzik agertzen den gizon horietako batekin irudiko momentu erotiko

porno koitala igaroko dutela. Horrez gain, emakumeari soinean jantzitako lumadun gona gorriaren erabilerak, gauetan kabaretetako, tabernetako dantzariak sinbolizatu litzake.

2. Praktika sexual koitalaren irudi guztiz esplizitua.
3. Kolore gorriaren erabilera; bi gorputzak gorritz pintatuta agertzen dira pasioaren, emozioaren, sexuaren eta ekintzaren adierazle.
4. Gorputz biluzien erabilera eta hala izatearen iradokizuna. Baina kasu honetan kontuan hartu behar da gizona guztiz biluzik agertzen den arren, ez dagoela posatzen; bera da ekintzaren motorea, subjektua eta gainera, babestua dago ez baitzaio aurpegia ikusten.
5. Emakumearen gorputz jarrera eta begirada: gozamenaren adierazle.

❖ Sexualitate eredua

1. Praktika sexual zehatz batera, koitora, bideratutako harremana. Irudian gizonak jarrera aktiboa hartzen du ekintza sexuarean, eta emakumeak, berriz, gozamen aurpegia du, baina, jarrera pasiboa dauka praktika sexual konkretu horretan.
2. Harreman eredua: gaztea, Mendebaldekoa, bitarra.
3. Desioa, gozamena, erakarpena sexudun gorputzen haragizko izaerara, gorputzera, fisikora, bat-batekora mugatua ageri da irudian.
4. Harremana esplizituki heterosexuala da.

2.5.2 Chanel: Coco Mademoiselle (“Coco andereño”)

- Komunikabidea: *Cosmopolitan* aldizkaria
- Data: 2010 Otsaila
- Hartzailea: Emakumeak



*TESTUA: Ez du testurik, lurrinaren izena agertzen da soilik, baina iragarkian garrantzia handia ematen diote lurrinaren izenari: “Coco Mademoiselle” hitzari. Lurrinaren aurkezpena egiteko, iragarkiko emakumearen aurkezpena egiten dute.

- Interpretazioa:
- Umorearen/ ironiaren erabilera:
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren izena. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, frantsesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa eta nagusitasun nahia.

*IRUDIA: Plano orokorra da. Iragarkiaren fondo beltza da, baina, ez da guztiz lisoa, eszenatoki bateko atzealdean dauden gortinak dirudite. Eszenatokiaren erdialdean biluzik dagoen emakumea ageri da. Hala ere, fondo beltzaren bi izkinetan argazki flash-a, ekitaldietako fokuak izango balira moduan, bi argiune ageri dira. Emakumea lurrean eserita dago hankak alde batera dituela eta bera, aurrera begira agertzen da, kamerari begira. Gizonezkoenak diren kapela batez estaltzen ditu bularrak, eta alkandoraz, berriz, alu ingurua. Emakumearen aurrean agertzen da kristalezko lurrin botea. Lurrinaren boteak inpresioa sortu dezan, lurrin botea handituta ageri da.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Handia arrokekin. Emakume bat ageri da gela ilun batetan nahastuta dauzka ileak eta ezusteko argazkiaren aurrean, aldamenean dituen bi arrokekin tapatzen ditu bere titi eta alu aldea: kapelarekin eta alkandorarekin, hain zuzen ere. Bi arropa horiek gizonezko gorbatadun baten presentzia iradokitzen dute, andrearekin dagoen gizonezkoarena, alegia.
- Koloreen erabilera. Handia, kontrasteen erabilera. Beltza erabiltzen du iluntasuna, misterioa, gaua, desioen gotorlekua irudikatzeko, eta argia berriz, emakumea irudikatzeko.

- Osagarriak: bai/ez. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: **emakume**-gizon-biak
2. Maila sozioekonomikoa: **altua (harri bitxiekiko koilare bat)** /erdi-altua /erdikoa/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko hiritarra.
4. Bikotea: agertzen da /**ez da agertzen, baina arroparen bitartez agerian utzi nahi da gizonezko batekin dagoela**- lotura emozional edo sexuala bai/ez.
5. Eszenatokia: **lana**/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda) edo ez da agertzen. Hasieran aipatutako gortinen irudikapenarekin, eszenatoki edota antzoki bat izan liteke.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gazte-heldua.
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada, e.a. Gorputzaren jarrera: Emakumea eserita, hankak alde batera dituela eta aurrera begira dago, biluzik. Baina, titiak eta alu ingurua, gizonezkoenak diren kapela eta alkandora batez ditu tapatuak. Eskuineko eskuan du kapela eta ezkerreko eskua, aldiz, lurraren kontra ezarrita du. Etzanda egon eta bat-batean, ezustek harrapatuta, inguruko arrokekin tapatu eta eseri beharra izan balu bezala. Honekin, emakumeen estereotipoak barnebiltzen duen ezaugarri bat erreproduzitzen da; apaltasuna, umiltasuna, hain zuzen ere. Aurpegi serioa du, ezusteko argazkia batean ateratzeko aurpegia du. Begirada, berriz, begi bakarra ikusten zaion arren, harridurazkoa eta aldi berean, tristea dirudi. Ilea nahasia du, zerbaitetan aritu osteko, argazkia ateratzeko prestatua ez zegoela irudikatu nahirik, ezustean harrapatu izan balute bezala.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpn fisikoa: **bai/ez**. Nola? Erdi biluzik ateratzen da. Emakumeei zuzenduta dago eta emakumeei adierazi nahi diena da: “lurrin hori emanez gero, alkandora eta kapela dun gizonezko txit batekin oheratzeko aukera izango dutela, berak izan duen moduan”. Emakumearen edertasuna azpimarratu baino, biluzik jartzen dute, soinean dituen arropak gizon batenak direla nabarmentzeko.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: jantzita/ bainuko arropa/ azpiko arropa/ **ia biluzik**/ beste aukerarik.
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai/Ez/Nola** adierazte dute?
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. **Bai/ Ez**. Nola?
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. **Bai/ Ez/ Nola**?

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babesa, osasuna, heziketa...
2. **Menpekotasuna oinarri duten protagonistak.**
3. Seguruak, dominatzaileak, independenteak eta berritzaileak diren pertsonaiak.
4. **Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.**
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, **erosle normala**, autoritate gabeko ospetsu bat edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: **naturaltasuna**, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: **gorputz osoa**, gerritik gora, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: **bitarra**, **heterosexuala**, homosexuala, **praktika sexual jakinak**, inpultso sexualaren irudia
- Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.
- Askatasuna: independentzia, ihesbidea.
- Maitasuna: **bikotea**, familia, norbanakoa.
- Berrikuntza: aldaketa, tradizionalarekiko ukapena.

- Beste batzuk.

ONDORIOAK:

- Erabilitako ikusmen eta diskurtso estimuluak

- ❖ Estimulu komunikatiboak:

- a. Emakume gorputz biluzi batean, gizonezkoen arropen erabilera. Helburu implizituak dituen arropen erabilera, alegia. Gizona ez dago presente baina gizon bat dagoela iradokitze bere bi objektu esanguratsu eta erabakigarri irudikatzen dituzte.
- b. Kapela, alkandora eta emakumeak daraman harri bitxiz osatutako koilareak klase altuko hiritarren, boteredunen adierazle dira.
- d. Beltzaren erabilera; bi lagun arteko harremanak ilunpean, ezkutuan, intimitatean, gauean egin behar diren ideari erantzuten dio erabilera honek.
- e. Iragarkiak 20.hamarkadako estetikari jarraitzen dio; gizonaren arropak iradokitzen dute ideia hau, batez ere kapelak. 20.hamarkadan burgesiako zein aristokraziako kideen ezaugarria baita.

- ❖ Sexualitate ereduak

1. Sexualitatea; intimitateari lotuta.
2. Heterosexuala.
3. Klase sozial altuaren irudikapena; baina, gizona da klase altukoa, emakumea, aldiz, ez. Gizon boteredunaren eta klase sozial erdiko emakumearen arteko harremana irudikatzen du iragarkiak. Beraz, lurrin hau ez da hiriko edozein heldurentzat, profil konkretu bat markatzen du iragarkiak. Emakumea, antzokiko aktore edota dantzari moduan irudikatu dute.
4. Mendetasunean oinarritua. Sexualitatea bestearekiko (gizona) harremanetik sortutako gozamenara mugatua dago.

2.5.3 J'adore DIOR

- Komunikabidea: *Cosmopolitan* aldizkaria
- Data: 2010 Maiatza
- Hartzailea: Emakumeak



*TESTUA: “La feminim Absolu”

- Interpretazioa: Erabateko emetasuna.
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez.
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren lema. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, frantsesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa eta nagusitasun nahia.

*IRUDIA: Plano orokorra. Urrezko itsasoa fondoan eta itsasotik ateratzen ari den emakume ile horia, sirena liraina, agertzen dira iragarkiaren ezker aldean. Beste aldean, aldiz, urre koloreko lurrin botea ageri da. Baina argazki osoa bi zatitan bereiztuta dago: goia, kolore beltzeko zerua eta behea, aldiz, urre koloreko itsaso zabala.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Handia da sinbolismoaren erabilera. Batetik, lurrin boteari garrantzia handia ematen diote, boteak, emakume kurbadun baten gorputza sinbolizatzen du. Horrez gain, urrezko kapa batez pintatuta dago botea; luxuaren, Glamour-aren adierazle. Gainera, ideia hau lurrinaren lema, berak, “La Femenim Absolu”-ek, indartzen du. Bestetik, itsasoko urre kolorea eta zeruko beltzaren arteko kontrasteak ere badu sinbolismorik. Kolore beltzak; gaua, izate eza sinboliza litzake eta itsaso zabaleko urreak, aldiz, argia, izatea. Beraz, izate ezetik datorren emakumea da eta lurrina ematean, izatea, argia, lortzen duela iradoki lezake irudiak.
- Koloreen erabilera. Itsasoko uraren gardentasuna, urre koloreko kapa batez estaltzen da. Urreak boterea, ospea, “glamour” eta hilezkortasuna iradokitzen ditu.
- Osagarriak: bai/**ez**. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: **emakume**-gizon-biak
2. Maila sozioekonomikoa: **altua**/erdi-altua/erdikoa/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko hiritarra.
4. Bikotea: agertzen da /**ez da agertzen**- lotura emozional edo sexuala bai/ez
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda), **natura**³⁶ edo ez da agertzen. Itsasoa, eta bertatik ateratzen ari da itsasoko erregina, sirena.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gazte-heldua.
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada, e.a. Gorputzaren jarrera: urrezko itsasotik oinez, jarrera ziur, elegante eta desafiatu batez kanpora ateratzen ari den sirena irudikatzen du iragarkiak. Ilea bustita dauka, sentsualitate puntu handia ematen dio irudiari; gainera, begirada sakona, erotikoa transmititzen du.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai**/ez. Nola? Emakumeei egotzi dieten irudi estereotipatuaren (argala, polita, ile horia, sentsuala) erreprodukzioa.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: jantzita/ **bainuko arropa**/ azpiko arropa/ ia biluzik/ beste aukerarik.
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai**/Ez/Nola adierazte dute? Bainua hartzetik, itsasotik datorren sirena lirain baten bidez adierazia.
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. **Bai**/ Ez. Nola? Nahiz eta ez dituen plano zehatzak erabiltzen gorputzeko atalen bat agerian uzteko, soineko estu bat daraman emakume eder batek iragartzen du lurrina.

³⁶ Azterketa fitxa iragarkira egokitze aldera, iragarki honetan beste kategoria bat gehitu diot eszenatokien deskribapena egiteko. "Natura" kontzeptua gehitu diot, iragarkiko eszenatokia zehazte aldera.

4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzen...) iradokizun fisikorik. Bai/ Ez/ Nola?

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babes, osasuna, heziketa...
2. **Mendetasuna oinarri duten protagonistak³⁷.**
3. **Seguruak**, dominatzaileak, independenteak eta berritzaileak diren pertsonaiak.
4. Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, erosle normala, **autoritate gabeko ospetsu bat** edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: **naturaltasuna**, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: **gorputz osoa**, gerritik gora, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: bitarra, heterosexuala, homosexuala, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia
- **Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.**
- Askatasuna: independentzia, ihesbidea.
- Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.
- Berrikuntza: aldaketa, tradizionalarekiko ukapena.
- Beste batzuk.

- ONDORIOAK:

- Erabilitako ikusmen eta diskurtso estimuluak

³⁷ Funtzio sozialen atalean guztiz kontrajarriak diren bi jarrera azpimarratu ditut: batetik, emakumea, mendetasuna oinarri duen protagonista dela eta bestetik, pertsona segurua dela. Emakumea jarrera ziur eta desafiatazailer batez irudikatu dute, nolabait, maitemindu nahi duen gizonezkoa maitemintzeko duen ziurtasunaren adierazle. Baina, bestalde, gizonaren onarpenera, gizonak bera desiratzeko duen beharrak, menpeko egiten dio.

❖ Estimulu komunikatiboak:

- a. Sirena ipuin klasikoan oinarritutako irudia. Honela, hartzaille ororen subkontzientean, sirena ikusteak bergogoratzten dituen balioekin eta konnotazioekin jolasten du. Sirena: itsasoan bizi zen neskatxa zen, ez zuen hankarik, arraiaren buztan modukoa zuen. Egun batean, printzea txalupan pasean zebilela uretara erori zen eta Sirenak artatu zuen; momentu horretatik maiteminduta geratu zen, baina ezin zuen printzea maitemintzera itsasotik atera. Orduan, ezin zuen printzea maitemindu, baina, egun batean iratxo amak emandako laguntzaz; hegalak moztu eta arrai buztanaren ordeaz, bi hanka jarri zizkion. Honela, itsasotik lurpera ateratzeko aukera izan zuen, eta noski, printzea maitemindu zuen. Beraz, irudi honek iradoki nahi diguna da: “lurrin hau bota eta burutan dugun printzea maitemintzera joan gaitzkeela, eta Sirena moduan, azkenean, printzea maitemintzea lortuko dugula”.
 - b. Era inplizituan hartzaillearen subkontzientean dauden balioak, usteak, ereduak astintzeko gaitasuna du irudiak.
 - d. Itsasoa-urrea: itsasoko ura neurgaitza den moduan, urrea, luxua, “glamour”-a ere honela irudikatu nahi dituzte. Horrez gain, urre koloreak ere izan du beste esangurarik historian zehar indartu izan dena: mistizismoa, inteligentzia eta hilezkortasunaren izatea ere sinbolizatzen baititu.
 - e. Gorputzaren jarrera ziurra, maitemindu nahi duen printzea zein den badaki, berak daki, beraz, bera maitemintzeko ziurtasuna agertzen du. “Maitemindu nahi duzun hori maiteminduko duzu lurrin hau bota ezker”.
- Bestalde, ile bustia edukitzeak dituen konnotazio sentsualak, erotikoak ere aipatu nahi nituzke.

❖ Sexualitate erdua

1. Edertasunarekin lotutako urrezko desioa; gizonaren, printzearen begiradak bilatu nahi dituen urrezko emakumea, “hori baita benetako feminitatea”.
2. Harreman erdua: gaztea, Mendebaldekoa, klase sozial altua.
3. Ez da esplizituki heterosexuala, baina, ipuinak gure subkontzientean sortzen dituen konnotazioen arabera, bai da.
4. Luxuko harremana irudikatzen du.

2.5.4 Carolina Herrera-ren lurrina

- Komunikabidea: *Cosmopolitan* aldizkaria
- Data: 2010 Maiatza
- Hartzailea: Emakumeak



*TESTUA: Ez dauka testurik, soilik lurrinaren izena agertzen da.

- Interpretazioa: Ez
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez
- Besterik: Ez

*IRUDIA: Plano orokorra; protagonista testuinguruan kokatzen du, giroaren deskribapena eta narrazioa ahalbidetzen ditu argazkiak. Argazkian, etxe dotore bateko logela agertzen da eta erdigunean, soineko gorri luzea jantzen/erantzten ari den neska gaztea ageri da aulki batean eserita parean duen ispilu handiari begira. Ezkerretik hasita, irudian argia sartzea ahalbidetzen duen leiho luzea dago, izkinetan gortina luze berdeak dituela. Fondoan, berriz, bigarren logela baterako sarbidea atzeman daiteke, eta jarraian berriz, ispilu handi bat gainean duen altzairu dotorea. Altzariaren gainean zein lurrean zehar barreiatuta kandelak diruditen lurrinaren bote gorriak daude. Iragarkiaren erdigunean, kortse gorria jantzita duen emakume gaztea ageri da. Aulki batean eserita dago profitez eta belaunetik behera soineko gorri dotorea jantzeko asmoa igartzen zaio, hankak gurutzatuta dauzka eta belaunaren gainean ezarrita duen ezkerreko eskuan orrazea dauka.

- FISIKOIA

- Sinbolismoaren erabilera. Erdi mailakoa dela esan genezake, lurrinaren boteek, kandelak bailitzan dotoretasuna, argitasuna (gauean, ilunean argitasuna ahalbidetzen duten bitartekoak) irudikatzen dute. Horrez gain, kandelak, konnotazio erotikoa transmititzen dute.
- Koloreen erabilera. Oso indartsua da, eszenatoki guztian zehar kolore apalak erabiltzen dira, hala nola, berdea, txuri zikina, marroi argia, baina emakumearen arropak gorri-gorriak dira, eta baita, lurrinaren boteak ere. Gorri indartsuak honako ideia nagusi hau transmititzen du: pasioa. Koloreen kontrastearekin asko

jokatzen du; kolore apalen artean, kolore gorriaren nagusitasuna, garrantzia ageriagoan uzteko.

- Osagarriak: **bai**/ez. Zeintzuk? Ispilua, isla egiten duen ispilua; begiradak zuzentzen diren ispilua.

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: **emakume**-gizon-biak
2. Maila sozioekonomikoa: **altua**/erdi-altua/erdikoa/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko herritarra.
4. Bikotea: agertzen da /**ez da agertzen**- lotura emozional edo sexuala bai/ez
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-**etxea**/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda) edo ez da agertzen.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gaztea, 25 urte inguru.
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada... Gorputzaren jarrera: emakumea aulkian eserita dago, tente, hankak gurutzatuta dauzka kortse gorria du jantzita eta eserita dagoen bitartean, soineko gorri luze dotorea janzten/eranzten ari da. Aurpegi serioa du eta begirada, berriz, zuzena, sakona, ispiluari begira ari da, bere burua ispiluan islatuta ikusteko. Ilea, aldiz, bilduta; seriotasuna, dotorezia, zuhurtzia transmititzen ditu. Horrez gain, lepoalde osoa, bular gaina eta sorbalda guztiz bistan geratzen zaizkio. Ezkerreko eskuan orraza du, jairako, kandelak ondoan dituela gaueko festarako prestatzen ari dela ematen du.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpn fisikoa: **bai**/ez. Nola? Bere burua prestatzen ari den emakume gaztea agertzen da kortse gorria du eta Maria Errauskineren antzera festarako soineko gorri luze dotorea janzten ari da, baina bitartean, gorputzeko atal biluziak bistan gelditzen zaizkio.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: jantzita/ bainuko arropa/ **azpiko arropa**/ ia biluzik/ beste aukerarik.

2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai/Ez/Nola** adierazte dute? Iragarki honetan, Txano gorritxoren edota Maria Errauskineren ipuinen fusioa eginez transmititzen dira erakarpena, eta errepresentazio sentsualak. Nola? Batetik, emakumeak ispiluari begiratzuz janzten ari denaren, festarako prestatzen ari denaren irudia ematen duelako. Maria Errauskineren istorioa: aita hil zitzaion Maria Errauskineri gaztea zela, orduan bere ama “ordea” eta bi ahizpekin gelditu zen etxean. Hauek, aitaren dirua xahutzen zuten bitartean, Maria Errauskine egun eta gau lanean edukitzen zuten, behartuta, bakartua, zanpatua. Baina egun batean alboko printzeak neska laguna topatzeko helburuarekin festa antolatu zuen, eta Maria Errauskineri iratxo amak soineko dotore bat eta zaldi karro dotorea utzi zizkion gau erdi bitarte. Maria Errauskinek printzea maitemindu zuen eta elkarrekin joan ziren bizitzera. Hau honela izanik, ipuineko elementuak erabiliz, iragarkiak esan nahi duena da: “lurrin hau erosiz gero, Maria Errauskineren moduan, langile izatetik burgesa izatera pasako zarela eta horrez gain, printzea maiteminduko duzula”. Bi konnotazioa hauek ikusten dizkiot; batetik, langile klasearen gutxiespena burgesiaren, jauregi etheen mesedetan eta printzea maitemintzeko gaitasunaren eta egitatearen dependentzia.

Bestalde, kolore gorriaren erabilerak, pasioa, ekintza, arriskua, e.a. transmititzen ditu, Txanogorritxok otsoari sortzen zion arriskua, basoan bakarrik ibiltzen utzi ez zion otsoa. Otsoa Txanogorritxugatik sexualki erakarrita sentitzen zen; orduan, ipuinari erdizkako esangura hartu, eta nes karen erakarpen gaitasuna igortzen ditu.

3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. **Bai/ Ez.** Nola? Lurrin baten iragarkian erdigunea azpiko arropetan dagoen emakumeak hartzen duelako, eta gainera, kolore gorriak indar berezia du, pasioaren irudi izanik.
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutzatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. **Bai/ Ez/ Nola?** Hartzailearen irudimenari ematen zaio bide iragarki honekin.

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babesa, osasuna, heziketa...
2. **Menpekotasuna oinarri duten protagonistak.**

3. Seguruak, dominatzaileak, independenteak eta berritzaileak diren pertsonaiak.
4. **Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.**
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, **erosle normala**, autoritate gabeko ospetsu bat edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: naturaltasuna, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: **gorputz osoa**, gerritik gora, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: bitarra, heterosexuala, homosexuala, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia.
 - Edertasuna: **itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.**
 - Askatasuna: independentzia, ihesbidea.
 - Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa, **bestearena.**
 - Berrikuntza: aldaketa, tradizionalarekiko ukapena.
 - Beste batzuk.

ONDORIOAK:

- Erabilitako ikusmen eta diskurtso estimuluak
 - ❖ Estimulu komunikatiboak:
 - 📁👉 Ipuinek transmititzen dituzten konnotazio eta balioen erabilera. Maria Errauskine: langile klasearen gutxiespena burgesiaren, jauregi etheen mesedetan eta printzea maitemintzeko gaitasunaren eta egitatearen dependentzia. Txanogorritxu: kolore gorriaren erabilerak, pasioa, ekintza, arriskua, e.a. transmititzen ditu, Txanogorritxok otsoari sortzen zion arriskua, basoan bakarrik ibiltzen utzi ez zion otsoa. Otsoa Txanogorritxugatik sexualki erakarrita sentitzen zen; orduan, ipuinari erdizkako esangura hartu, eta nesken erakarpen

gaitasuna igortzen ditu. Baina, emakumeak arduratu aurpegia ere badu, nolabait, hartua duen erabakiak arriskuak sortu ditzakeela pentsatu baitezake.

📖👉 Kolore gorriaren erabilera; pasioaren, sexuaren, ekintzaren adierazle.

📖👉 Boterea, klase sozial altua, burgesia irudikatzeko jauregi bateko logela irudikatu dute.

📖👉 Sinbologiaren erabilera: lurrinaren boteak kandelak bailitzan irudikatu dituzte. Gauean, festatik etxera etorri ostean, logela horretan argitasuna emango duten bitartekoak izango dira.

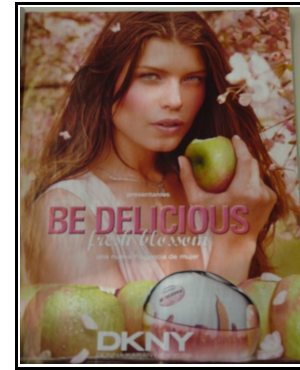
📖👉 Ispilua: bere burua, gorputza islatzeko, gordintasunean, gardentasunean ikusteko aukera ahalbidetzen dion bitartekoa.

❖ Sexualitate ereduak

1. Menpekoa. Neska ispiluan ikusten da bere burua eta gorputza islatuta ikusteko, baina, baita bestearen onarpena lortzeko prestaketekin jarraitzeko. Printzea maitemintzeko nahietan bere gorputza apaintzen dabil bere logelan. Bere bizitzari zentzua gizon batek, printze batek emango diolakoaren mezua zabaltzen du iragarki honek.
2. “Glamuor” eta luxuarekin zerikusia duena.
3. Emakumeak ez du desiratzen; desiratua izateko, maitatua izateko, besteari erakartzeko apainketa lanetan dabil. Bestea, printze urdina izango da; Maria Errauskineren ipuinean bezala.

2.5.5 DKNY, Donna Karan New York, “Be delicious”

- Komunikabidea: *Cosmopolitan* aldizkaria
- Data: 2010 abuztua
- Hartzailea: Emakumeak



*TESTUA: “Be Delicious fresh blossom, una nueva fragancia de mujer”.

- Interpretazioa: Emakume berrientzako, lurrin berria; lurrin gaztea.
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez du ez umorerik ez eta ironiarik ere erabiltzen.
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren lemaren zati bat. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, ingelesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa.

*IRUDIA: Mendebaldeko emakume gazte liraina agertzen da argazkiaren erdigunean eskuetan hozkatutako sagarra duela. Lorez betetako belardia du atzealdean eta aurrealdean, berriz, sagar oso ugari ditu eskura eta hauen artean, sagar itxura duen lurrin botea agertzen dira; lurrin botean, New York-eko hiria islatzen da.

Plano mota: plano erdi motza, hau da, bular paretik gorako plano. Argazkian indarra emakumearen begiradak eta sagarrak hartzen dute.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Sinbolismoaren erabilera handia, sagarrek hartzen dute irudiaren zentralitatea eta emakume gazte bat agertzen da eskuetan sagarra duela, hozkatutako sagar debekatuaren irudikapena.
- Koloreen erabilera. Kolore apalak erabiltzen dituzte; berde argia, arrosa³⁸.
- Osagarriak: bai/ez. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: **emakume**-gizon-biak
2. Maila sozioekonomikoa: altua/erdi-altua/**erdikoa**/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko herritarra.

³⁸ Nahiz eta erabiltzen dituen koloreak apalak izan, berdeak eta arrosak zehazki sortzen dute iradokizunik. Idatzi askotan bi kolore hauek erotismoaren, pornoaren adierazle moduan bildu baitituzte.

4. Bikotea: agertzen da /**ez da agertzen**- lotura emozional edo sexuala bai/ez
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda), hiria, **natura**³⁹ edo ez da agertzen. Belardi batean, naturan, aske agertzen da emakumea, atzealdea lore arrosez beterik duela.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gaztea.
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada, e.a. Emakumeak hozkatutako sagar bat du eskuan; ilea aske du, natural, libre. Begirada sakona eta ausarta du; debekatutako sagarra jan duenaren ausardiaren adierazle.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai/ez**. Nola? Neska gazte lirain bat agertzen da, bere izatea Eva moderno batean bilakatuta. Ezer txarrik gertatu gabe, debekatutako sagarra jateak sortzen duen gozamena irudikatzen digu argazkiak. Atzean gelditzen dira gizonezkoa erakartzeagatik, paradisuatik kanporatutako garaiak. Sagarez inguraturik agertzen da neska, aurrerantzean debekatutako frutaz gozatzeko aukera izango du eta gainera, lurrinaren izenak dioen bezala gozo-gozoa (“delicious”) dago.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: **jantzita/** bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ Osotara biluzik/ beste aukerarik.
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai/Ez/Nola** adierazte dute? Evaren sagarraren mitoaren bitartez irudikatua.
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. Bai/ **Ez**. Nola?
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. Bai/ **Ez/** Nola?

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babesa, osasuna, heziketa...

³⁹ Irudiari egokituta sortutako kategoria da.

2. Menpekotasuna oinarri duten protagonistak.

3. Seguruak, dominatzaileak, **independenteak eta berritzaileak** diren pertsonaiak.
4. Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, erosle normala, autoritate gabeko ospetsu bat edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.⁴⁰

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: **naturaltasuna, berezkotasuna**
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: gorputz osoa, **gerritik gora**, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: bitarra, **heterosexuala**⁴¹, homosexuala, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia
- Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.
- Askatasuna: **independentzia**, ihesbidea.
- Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.⁴²
- Berrikuntza: **aldaketa**⁴³, tradizionalarekiko ukapena.
- Beste batzuk. Bizitza estiloa: hiritarra, gaztea.

ONDORIOAK:

- Erabilitako ikusmen eta diskurtso estimuluak:
 - ❖ Estimulu komunikatiboak:
 1. Sorkuntzaren mitoa: Debekatutako sagarra; Eva- Mitoa: Iragarki honetan, neska gazte bat eskuetan hozkatutako debekatutako sagar bat duela ageri zaigu. Eta bere inguruan sagar gehiago ditu, hozkatu

⁴⁰ Mitoetako pertsonaia, Eva moderno bat agertzen da.

⁴¹ Evak, Adam erakarri eta paradisutik kanporatua izan zenez, gizonen erakarpena bilatzen duen emakumea islatzen du irudiak. Baina sagarrak jateak ematen duen gozamenaz gozatzen segitu nahi duen emakumearena.

⁴² Besteekiko-gizonekiko-erakarpena lortu nahi duen emakumea.

⁴³ Evaren mitoari buelta eman eta erakarpenak ez duela ezer txarrik iradokitzen du iragarkiak.

gabeak eta aurrerantzean hozkatzeko prest, aurrerantzean gozatzeko prest.

Horrez gain, mitologiako beste protagonista bat ere irudika lezake protagonistak: zuhaitz artean galtzen den ninfa dirudi. Ninfa aztia da zuhaitzen artean bizi da, baina, helburu bat izan badauka: kasu honetan, besteari erakartzea.

2. Lurrinaren botea, sagar bat da eta gainera, New York-eko paradisua islatzen du.
3. Kolore apalak: arrosa eta berdea. Arrosa: borondatea, samurtasuna, sentimendu ona eta gaitz guztien kanporatzea, nolabait, emetasunaren eraikuntzan urteetan zehar lotu izan diren balioak barnebiltzen dituen kolorea da. Haez gain, erotismoa ere transmititu izan du hainbat irakurketetan. Berdea: natura, gaztetasuna, desioa eta oreka.
4. Gorputzaren jarrera eta itxura: 3.1 Begirada sakona eta ausarta (debekeatutako sagarra janez gozaten duen emakume gaztearen ausardiazko begirada). 3.2 Ilea aske eramatean sinbolismoa: askatasunaren adierazle, baita, emetasunarena ere. 3.3 Eskuak: ziurtasunez ageri zaigu protagonista, indartsu heltzen dio sagarrari.

❖ Sexualitate ereduak:

1. Emakumeak gizonarekiko darabilen aztikeriaren bitartez, erotismoa puntu gorenera iristen da, bibliako Eva eta Adam-en debekeatutako sagarraren mitoa bide lagun izanda. Alde batetik, emakume askea, independentea ausarta irudikatzen du argazkiak eta ausart izateak ezer txarrik ez duela zertan ekarri adierazten digu, Evaren mitoak dakarren erruduntasuna gainetik kenduta. Hau lemarekin lotuta doa “fragancia de una nueva mujer”. Baina, beste alde batetik, Eva paradisutik kanporatua izan zen Jainkoak debekeatutako sagarra jateagatik, deabruari jaramonez gizona erakartzeagatik eta hau irudikatzen du argazkiak, emakumeak; gizonak erakartzen dituela baina ez duela paradisutik, jendartetik kanporatua izan beharrik.
2. Iragarkia mito honetaz baliatzen da, mitoak izan duen zentzua irauli eta erakarpenak ez duela debeke eta ezer txarki izan beharrik adieraziz. Beraz, sexualitatea erakarpenarekin, desioarekin,

erotikarekin lotzen du; baina, emakumeak erakartzen dio gizonari. “Gizonaren erakarpina lortzeko, bota ezazu DKNY lurrina, ausardiaz ez baita debekua”. Horrez gain, iragarki honetan gozamenaren irudikapenak ere garrantzi handia du; debekatutako sagarra jateak, bizitzeak, askatasunez gozatzeak, debeku izatetik norberaren aukera izateak sortzen dion gozamenak, alegia.

3. Sexualitate eredua: gaztea, Mendebaldekoa, hiritarra, ustez “askea”(belardiaren, berdearen irudikapena baliatuta). Ustez diot zer arestian aipatu bezala iragarkiaren errepresentazio sentsual, erotiko edota sexuak horrek bi norabideetan egindako irakurketa izan baitezake. Berriro ere, emetasunaren eraikuntzan talka egiten duten bi funtzio identifikatzen dira: askea den emakumearena eta gizonarengandik desiratua izan nahi duen emakumearena.
4. Sorkuntzaren mitoa iragarkira ekarriz, ondorioztatzen da, erakarpina heterosexuala dela, baina, irudirik ez agertzeak, gizonen erreferenterik ez agertzeak, mitoaz harago joateko aukera eskaintzen du. Emakume oro irudi honen bitartez, eta sagarrak sortu ditzakeen konnotazio guztiez baliatuta desioa, gozamina, e.a. era anitzean irudikatzeo aukera eskaintzen digu iragarkiak.

2.5.6 DKNY-MEN lurrina

- Komunikabidea: *Men's Health* aldizkaria
- Data: 2010 urtarrila
- Hartzailea: Gizonezkoak



*TESTUA: “A man a city a dream”

- Interpretazioa: Hiriko gizonaren ametsa.
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez.
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren lema. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, ingelesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa.

*IRUDIA: Iragakia lau argazkik osatzen dute, beraz, bakoitzaren deskribapena egingo da. Ezkerretik hasita lehenengo argazkian, plano erdi luze batean, erdi-erdian gizonezko polit gaztea ageri da. Praka bakeroak, alkandora txuri eta txaketa ditu soinean. Eskuak poltsikoetan sartuta ditu, eta begirada, berriz, zehatza; ezkerraldera begira dago. Oinez aurrera zihoala, aurpegia itzuli eta begira geratu denaren sentsazioa ematen du. Bigarren argazkian, aldiz, gizonezko berbera ageri da, plano motzean, baina oraingoan, alkandora hutsean dago eta begirada berriz zuzena-zuzena. Hirugarren argazkia, berriz, plano orokorra da eta hiriko panoramika bat eskaintzen digu; etxe altuz betetako hiria, baina erdigunean, beste etxeekiko arreta deitzen duen etxe luze bat ageri da. Eta laugarren irudia, plano orokorra da; bertan, argazkiaren erdigunean, hiriko kaleetan zehar praka, alkandora eta txaketa beltzez jantzita dagoen gizon gazte bat ageri da paseoan. Fondoan hiriko eraikinak ditu eta argazkiaren ezkerrean behean lurrinaren botea agertzen da, handitua. Lehenengo eta bigarren argazkien artean, hiriko eraikin bat agertzen da gertutik. Hiriko finantza etxe bat dirudi eta kolore urdinez margotua dago.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Hirugarren argazkian garrantzia hartzen duen eraikin luzearen, lurrinaren botearen eta azkeneko argazkian ageri den gizonaren irudiaren artean sinbolismoak baduela eraginik iritzi diot. Eraikin altuak; besteekiko nagusitasuna, erdigunea, e.a. adierazten ditu. Ziurtasuna, kontrola, nagusitasuna, e.a. dira transmititzen dituen baloreak

- Koloreen erabilera. Iragarki guztia txuri beltzean dago, hau, argazki artistikoen oinarritzko ezaugarria izan ohi da. Argazkiari seriotasuna eta sinesgarritasuna ahalbidetzen dion teknika da; argazkigintza profesionalean erabiltzen den teknika da.
- Osagarriak: bai/**ez**. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: emakume-**gizon**-biak
2. Maila sozioekonomikoa: altua/erdi-altua/**erdikoa**/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko hiritarra.
4. Bikotea: agertzen da /**ez da agertzen**- lotura emozional edo sexuala bai/ez
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda), **hiria**⁴⁴, natura edo ez da agertzen.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gaztea.
1. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada...
Gorputzaren jarrera: ziurra, lasaia, elegantea. Eskuak: agertzen direnetan praktetako poltsikoan sartuta ditu. Ilea, berriz, kosmetika produkturen batekin atzera orraztuta. Gizonak egun batzuetako bizarra du aurpegian, eta bestela, ez du ilerik ez kolko amaieran ez eta bular alde hasieran ere. Ustez, itxura arduragabea duen gizon konkistatzailearen figura erreproduzitzen du. ; gizon gogorra
2. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai/ez**.
Nola? Begiradarekin jolasten du iragarkiko hiru argazkietan, eta ziurtasunaren adierazle eskuak beti poltsikoan dituela agertzen da gizona. Lehenengo irudian; oinez doala itzuli eta norbaiti begira gelditu izan balitz bezala agertzen da. Bigarrenean, berriz, harago joan eta zuzen-zuzenean begiratzen du; zuzen-zuzenean begiratzen dio itzuli eta begira gelditu zaion hari. Azkenekoan, paseoan doa, eta begira zuzena du aurrerantz.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

⁴⁴ Hiriko eraikinak agertzen dira; batzuk, hiriko finantza etxeak izan litezke.

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: **jantzita**/ bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ beste aukerarik.

1. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai**/Ez/Nola adierazte dute? Begirada sakonen bidez.
2. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. Bai/ **Ez**. Nola?
3. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. Bai/ **Ez**/ Nola?

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babesa, osasuna, heziketa...
1. Mendetasuna oinarri duten protagonistak.
2. **Seguruak, dominatzaileak, independenteak eta berritzaileak diren pertsonaiak.**
3. Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.
4. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, erosle normala, **autoritate gabeko ospetsu bat**⁴⁵ edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: naturaltasuna, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: **gorputz osoa, gerritik gora, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.**
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: bitarra, heterosexuala, homosexuala, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia
- **Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.**
- Askatasuna: **independentzia**, ihesbidea.
- Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.

⁴⁵ Mark Vanderloo aktorea da.

- Berrikuntza: aldaketa, tradizionalarekiko ukapena.
- Beste batzuk.

- ONDORIOAK:

❖ Erabilitako estimulu komunikatiboak:

1. Hiria: lurrina iragartzeko erabiltzen duen esaldiaren moduan; “Gizona, hiria, ametsa”. Erabat argazkietan hiriko argazki ezberdinak agertzen da. Gizonaren hiritartasuna adierazteko modua da. Hiriak sortzen ditu esangura batzuk, adibidez: gune irekia, librea, hotza, gaztea.
2. Begiradaren erabilera. Hirian zehar paseoan dabilen gizon seduktorearen irudia saltzen du iragarkiak. Eskuartearen seduzitzeko darabilen arma bailatsua: begirada.
3. Arroparen erabilera. Praka, alkandora eta txaketa beltza erabiltzeak, edota alkandora zuria tartekatzeak sortzen du konnotaziorik; dotorezia. Erakarpena ez du lotzen gorputz biluziekin, emakumeen kasuan egiten duen moduan; begiradarekin, arropak ematen dion dotoreziaren bitartez lortzen du.
4. Tratamendu artistikoa. Txuri beltzaren erabilera, argazkigintza profesionalean erabiltzen den teknika da; irudiari seriotasuna, balio esleitzen dion teknika.

❖ Sexualitate eredia

Sexualitate eredia ez dago definitua; iragarkia aldizkari maskulino batean agertzen denez, eredu bat ala besteri erantzun liezaioke. Baina baditu konnotazio aipagarriak: gizona da konkistatzailea, hirikoa kaleetan zehar paseon doala seduzitzen dio hartzaileari. Gizona da subjektua eta gainera, ekintzaren motorea; baina ez dago espresuki erakartzeko ekintzan. Egunerokotasuneko jardueran, hiriko kaleetan zehar paseoan dabilela erakartzen du.

2.5.7 D&Gren lurrin berriak

- Komunikabidea: *Men's Health* aldizkaria
- Data: 2010 urtarrila
- Hartzailea: Gizonezkoak, baina produktua unisex-a da.



*TESTUA: "The new fragrances by D&G"

- Interpretazioa: D&G-ren lurrin berriak. Horrez gain, lurrin bakoitzaren botean, bakoitzaren izena ageri da, hala nola, 1.-Magoa, 2.-Enperatriza, 3.-Maitemindua, 4.-Aberastasunaren gurpila, 5.-Ilargia.
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez.
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren lema. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, ingelesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa.

*IRUDIA: Irudiak bi zati ditu; ezkerrean, fondo marroiaren aurrean, lurrinaren marka ageri den logotipoa eta behealdean, iragartzen dituen bost lurrin botek ageri dira. Irudiaren ezkerrean, aldiz, hiru neska eta hiru mutil daude osotara biluzik. Hiru zutik daude eta hauen aurrealdean beste hiru makurtuta, erdi eserita. Banan banako identifikazioa:

1. mutila: Tyson Ballou
2. mutila: Fernando Fernández
3. neska: Eva Herzigova
4. neska: Claudia Schiffer
5. neska: Naomi Campbell
6. mutila: Noe Mills

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Erdikoa. Batetik, irudia bitan zatitua dago; ezkerrean ordena iradokitzen du, lurrin guztiaz elkarren ondoan txukuntzukun daude. Baina eskualdeak, aldiz, orden eza iradokitzen du; gizabanakoan ez dutela objektuak bezala ordenatuak izan beharrik adierazi nahirik. Nolabait, sexudun gorputzen iraultza planteatzen du iragarkiak. Horrez gain, 2.mutilak

beso aldean duen tatuaiak ere iradokitzen du sinbolismorik: botere guztien jabe den Jesukristoren irudia du, baina aldi berean, sexudun gorputzen desiora, gozamenara entregatuta dagoen pertsona irudikatzen du. Nolabait, kontraste horrekin jokutzen du.

- Koloreen erabilera. Fondoan kolore marroia-grisa jarri dute, horrela, gorputz biluziak gehiago ikus daitezten. Kolore apalak⁴⁶ nagusitzen dira.
- Osagarriak: bai/**ez**. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: emakume-gizon-**biak**, **baina hiru neska eta hiru mutil ageri dira.**
2. Maila sozioekonomikoa: altua/erdi-altua/**erdikoa**/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko herritarrak (4), latinoak (1) eta Mendebaldeko herritarra izan arren, emakume beltz bat agertzen da.
4. Bikotea: agertzen da /ez da agertzen (**Seikotea agertzen da**)- **lotura emozional edo sexuala bai/ez**
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda) edo **ez da agertzen.**

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gazteak.
 2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada...Banan banako deskribapena egingo dut.
- 1.mutila: Tyson Ballou. Zutik ageri da, gerrialdetik gora ikusten zaio gorputza eta ez du arroparik soinean. Aurrera begirako begirada zuzen eta sakona du, aurpegi intsinuantea jartzen du. Beso bat buruaren atzealdean dauka tolestuta eta bestea, berriz, gerrian. Ez du ilerik ez aurpegian eta ezta bular aldean ere.
 - 2. mutila: Fernando Fernández. Zutik ageri da ondoan duen Eva Herzigova modeloari helduta dago. Eskuak Herzigovaren gerrialdean ditu jarriak. Begirada sakonez begiratzen du aurrera, argazkia atera duen kamerari zuzenki zuzentzen zaion begirada du. Hau ere bere itxura fisikoagatik arduratzen den pertsona

⁴⁶ Kasu honetan kolore “neutralak” direla esango nuke, baina azterketa fitxen kodifikazioa egiteko apal moduan sailkatu dira.

dugu, depilatuta dago, ilea atzerantz orraztuta du eta eskuineko besoaren goian tatuai dauka.

- 3.neska: Eva Herzigova. Hau ere zutik dago, Fernándezi helduta; ezkerreko eskua Fernándezen sorbaldan du. Bi gorputzak elkarri begira, elkar ukitzen dira eta begirada, aldiz, aurrerantz zuzentzen du. Ilea aske darama eta hau ere biluzik dago, bularretik gora.
 - 4.neska: Claudia Schiffer. Ballou-ren behealdean ageri da eserita; hankak gurutzatuta eta tolestatu ditu, eta eskuak ere bere oinen gainean ditu gurutzatuta. Gorputza guztiz biluzirik dauka, eta bere ile hori luzeak aurrerantz utziz tapatzen ditu bere bi bularrak. Honen gorputza, alboan duen Naomi Campbell-en gorputzari guztiz itsatsita agertzen da; burua ere atzera botatzen du alboko neskaren buruan babesten baitu. Urrera begirako begirada sakona.
 - 5. neska: Naomi Campbell. Gerrialdetik gora agertzen da, eserita dagoela dirudi. Biluzik dago, gorputza alboan duen neskari begira dauka; ezkerreko eskua neskaren sorbalda gainean du eta gorputz osoa, baita burua ere, Schifferren bizkaralde biluzian sostengatzen du. Honek ere aurrera begirako begirada sakona du.
 - 6.mutila: Noe Mills. Eva Herzigovaren aurrealdean eserita dagoela dirudi; gerritik gora ikusten zaio, honek ere ez du arroparik soinean. Aurrera zuzentzen du gorputza eta eskuak, aldiz, ez zaizkio ikusten. Aurrera begirako begirada sakona.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai**/ez. Nola? Gorputzarekin lotutako erakarpena badago eta gorputz biluzien bitartez lortzen da.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: jantzita/ bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ **osotara biluzik** beste aukerarik.
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai**/Ez/Nola adierazte dute? Gorputzaren poseen, keinuen, eskuen zein begiraden bitartez adierazia.
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. **Bai**/ Ez. Nola? Objektu

sexual moduan denak ageri dira, nahiz eta ez den guztiz esplizitua edo handizkatua.

4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzen...) iradokizun fisikorik. **Bai/ Ez/ Nola?**Elkarrengandik oso gertu daude denak, batzuk besteei ikuitzen, denak biluzik.

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babes, osasuna, heziketa...
2. Mendekotasuna oinarri duten protagonistak.
3. **Seguruak**, dominatzaileak, **independenteak** eta **berritzaileak** **diren pertsonaiak**.
4. **Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak**.
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, erosle normala, **autoritate gabeko ospetsu bat** edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: naturaltasuna, **berezkotasuna**
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: gorputz osoa, **gerritik gora**, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, **laztanak**, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: bitarra, **heterosexuala**, **homosexuala**, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia.
- Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.
- **Askatasuna: independentzia**, ihesbidea.
- Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.
- **Berrikuntza: aldaketa**, tradizionalarekiko ukapena.
- Beste batzuk.

ONDORIOAK:

❖ Erabilitako estimulu komunikatiboak:

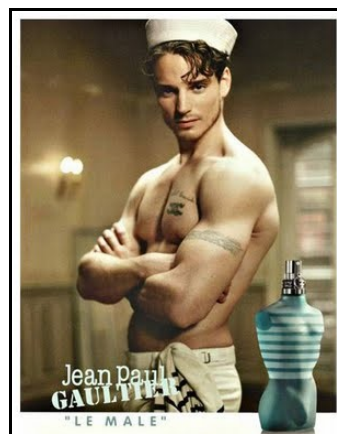
1. Gorputz guztiz biluzien erabilera.
2. Jarrera anitzetan dauden neska-mutil taldearen erabilera.
3. Aniztasunaren irudi etnia anitzetako herritarrak.
4. Kolore neutroa, gorputzek garrantzia har dezaten.

❖ Sexualitate eredua:

1. Anbiguotasun ikaragarriarekin jokutzen du; irudian, elkar heltzen diren bikote neska-mutil agertzen zaizkigu, baina aldi berean, neska batek beste bati goxo heltzen dio bizkarretik. Horrez gain, lurrinak neska-mutilentzat dira, baina iragarki hau gizonen zuzendutako aldizkari batean dagoela kontuan hartuta, begirada guztiak hari zuzentzen zaizkio. Argazkiko bi mutil begirada iradokitzailea eta probokatzailerarekin begiratzen dute aurrera. Beraz, irudia ikusten duen mutila, gizonengandik zein emakumeengandik erakarria sentitu liteke. Nik uste anbiguotasun horrekin jolasten duela irudiaren sortzaileak; aukera sexualak, erakarpen erak baldintzatu gabe. Saltzen duen ideia hau da: “Dena da posible, aniztasun aromatikoa”.
2. Taldearen kontzeptua ere azpimarratuko nuke; beti barneratu izan da erakarpena, sexualitatea, gozamina, guztiz direla intimoak, bitarrak, e.a. baina nik uste hemen kontzeptualizazio horri iraultzeko saiakeratxo bat egiten duela, jada taldearen irudikapenarekin.
3. Etnia anitzetako herritarrak irudikatzen ditu; aniztasunaren irudi eta Mendebaldeko herritarren gain errepresentazioa mugatuz.
4. Emakumeen eta gizonen edertasun irudi estereotipatuaren erreproduktzioa; eliteko modeloen errepresentazioa. Emakumeak: altuak, ile horiak begi urdinak ala altuak, beltzaranak, ile luze beltzarana, ezpain mardula, ilerik gabeak, e.a. Gizonak: bular alde indartsuak, zailduak, bizarrik gabeak, bularra guztiz depilatua, ile motza. Politen arteko erakarpena, pasioa, elkar harremana.

2.5.8 Jean Paul Gaultier-en “Le Male” lurrina

- Komunikabidea: *Men's Health* aldizkaria
- Data: 2010 martxoa
- Hartzailea: Gizonak



*TESTUA: Ez du.

- Interpretazioa:
- Umorearen/ ironiaren erabilera:
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren izena. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, frantsesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa.

*IRUDIA: Plano erdi luzea. Argazkiaren erdian gizon marinel bat agertzen da eta planoaz ipurdi azpitik mozten da. Fondoan, gaizki fokatutako etxe barrua agertzen da atzealdean, gaizki fokatua ageria da, marroi argi batez pintatua eta erdian, marinel gazte indartsua dago. Marinela zuzenki aurrerantz begirada dago, begirada sakon eta probokatzaila du. Kapela eta praka zuriak ditu, gorputzaren goialdean, berriz, ez du arroparik eta bi tatuai ditu bistan, bata, ezkerreko besoan eta bestea, berriz, titiaren goialdean. Eskuak gurutzatuta ditu. Irudiaren eskuinaldean, aldiz, gizonezkoaren gorputza irudikatzen duen lurrinaren botea dago.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Erdikoa. Gizonezkoen gorputza irudikatzen duen lurrinaren botea, urteetan zehar publizistek marinel figurari eman dieten zentzua, izaera, balioa, e.a. gay-ekin lotu izan da. Beraz, marinelak eta gizonaren gorputz biluziak badute sinbolismorik, badute iradokizunik.
- Koloreen erabilera. Kolore apalak nagusitzen dira; marroi argia, grisa; baina indarra kolore urdinak du, botearen koloreak, alegia. Hau iradoki lezake kolore urdinak: konfiantza, armonia, afektua, maitasuna.
- Osagarriak: bai/ez. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: emakume-**gizon**-biak

2. Maila sozioekonomikoa: altua/erdi-altua/**erdikoa**/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko herritarra.
4. Bikotea: agertzen da /**ez da agertzen**- lotura emozional edo sexuala bai/ez
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-**etxea**/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda), hiria edo ez da agertzen.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gaztea.
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada... Marinela zuzenki aurrerantz begirada dago, begirada sakon eta probokatzailerak du. Kapela eta praka zuriak ditu, gorputzaren goialdean, berriz, ez du arroparik. Eskuak gurutzatuta ditu, poseetan erabiltzen den gorputz jarrera tipikoa da. Gorputz gihartsua eta zaildua du.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai/ez**. Nola? Gorputzari lotutakoa; ilerik gabea, bizarririk gabe, gihartsua, indartsua.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: jantzita/ bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ beste aukerarik. **Gerritik gorakoa du bistan.**
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai/Ez/Nola** adierazte dute? Begiradaren, gorputzaren jarreraren bitartez adierazia; eskuak gurutzatuta ditu behatua izateko aurretiko jarrera duelarik.
3. **Objektu sexuala**, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. **Bai/ Ez**. Nola? Nahiz eta justifikaziorik gabeko gertu gertuko planoak ez dituen erabiltzen, pertsonaia bere osotasunean bai da erreklamo sexualaren adierazle.
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutzatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. **Bai/ Ez/ Nola?**

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babes, osasuna, heziketa...
2. Mendekotasuna oinarri duten protagonistak.

3. **Seguruak**, dominatzaileak, **independentek eta berritzaileak** diren pertsonaiak.
4. **Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.**
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, **erosle normala**, autoritate gabeko ospetsu bat edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: naturaltasuna, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: gorputz osoa, **gerritik gora**, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: bitarra, heterosexuala, **homosexuala**, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia
- Edertasuna: **itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.**
- Askatasuna: **independentzia, ihesbidea.**
- Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.
- **Berrikuntza: aldaketa, tradizionalarekiko ukapena.**
- Beste batzuk.

ONDORIOAK:

- ❖ Erabilitako estimulu komunikatiboak:
 1. Marinelaren uniformeak eta figura. Uniformeen jantziak komunitate homosexualaren ezaugarrietako batean bilakatu dira. Tradizionalki, gayen artean militarren edo marinelen uniformeak fetitxe sexual garrantzitsuak izan dira. Ez da kasualitatea etorri erotikoa transmititzen duten uniformeak, indarra, batzuetan, izugarria era lizunean adierazten duten lanbideekin lotzea. Baliteke historian jazotako gertaerek jantzi militarrek zein marinelenak hartu duten izaera erotikoa zerikusirik izatea: tradizionalki, militarrek eta marinelen objektu sexual moduan ikusi zitezkeen; ez soilik mutil gazteak eta maskulinoak zirelako,

atzerritarrak eta askeak zirelako ere. Hauek herri edota komunitate batera iristen zirenean, iraupen motzekoa izan ohi zen hauen egonaldia, ez ziren bertan integratzen, eta beraz, bateratze sexual baten fantasia loratzen zuten, horri, izan zitzakeen arriskuak kendu gabe noski. Narrazio askotan lehenengo harreman homosexualak gizon uniformedunekin lotzen da, hortaz, adierazle honen botere erotikoa egonkortzen da.

Orokorrean, uniforme orok desio objektuaren kanpoaldea nabarmentzen du, hasieratik ezagutu litezkeen ezaugarri batzuk ezarriz, eta honela, zuzenean subjektuaren fantasia apelatuta, balore zehatz bat ematen dio izate diskurtsiboari.

Marinelen, suhiltzaileen, e.a. irudiak honako ezaugarriak transmititzen dituzte: norbere buruan konfiantza, gizontasuna eta ekintza.

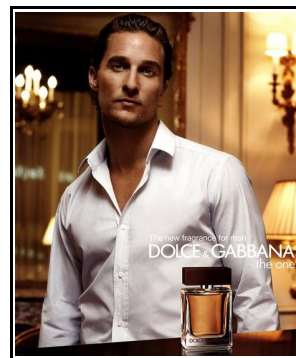
Marinelaren kasuan, fetitxismoa iradokitzen duen oinarri historikorik bada. Hilabeteetan zehar giro eksklusiboki maskulinoan giltzapetutako bizitza izanda, bakardadea eta momentuzko ebidentzia homosexuala iradokitzen zituen. Harreman homosexualak salbuespenezko egoeraren ondorio zirela irudikatzen zen; honela, norberaren auto-irudia ez zen afektatua ikusiko; hau da, marinelak harreman homosexualak izan zitzakeen, homosexuala kontsideratu gabe. Marinelek iradokitzen duten logika promiskuoak lurreratzean, ikuslegoaren begietan erotizatzen du. Marinela begirada homoerotikoaren fokua sortzearen arrazoi metaforikoetako bat da, historiak garatzen diren bitarteko bat da: itsasoa; askatasunaren konnotazio argiak ditu. Itsasoarekiko grina, desio homosexuala bizitzeko eta adierazteko grinan bilakatzen da.

Horrez gain, gorputza tatuaiatz margotua agertzea ere ez da kasualitatea. Historikoki kontu anitzetan idatzi izan da marinelak izan zirela lehenak euren gorputzak tatuatu zituztenak.

2. Kolore apalen erabilera.
 3. Begirada desafiatura, erdizkako irribarrea eta gorputz biluziaren erabilera.
- ❖ Sexualitate ereduak
1. Homosexuala. Irudi estereotipatua.

2.5.9 D&Gren, “The one” lurrina

- Komunikabidea: *Men's Health* aldizkaria
- Data: 2010 apirila
- Hartzailea: Gizonezkoak



*TESTUA: “The fragrance for men, the one”

- Interpretazioa: Gizonezkoentzako lurrin bakarra.
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez.
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren izena. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, ingelesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa.

*IRUDIA: Plano erdia, bertan, mutil liraina agertzen da, aurrerantz begira. Etxe bateko saloia edo logela baten erdian dago protagonista; saloi marroi argi eta urre kolorekoa da, eta gaizki fokatua ageri da. Iragarkiaren erdialdean alkandora zuria soinean daraman mutil ile hori begi urdina. Eta bular parean, ezkerrean, lurrinaren bote marroia eta lurrin markaren izena eta lema ageri dira kolore zuriz.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Ez.
- Koloreen erabilera. Atzealdeko fondoa, etxe barrena kolore marroi argi eta urre kolorez daude pintatuta, luxuaren, glamour-aren, boterearen adierazle. Bestalde, protagonistak alkandora zuria darama; armonia, inozentzia, bakea, egonkortasuna dira transmititzen dituen balioak.
- Osagarriak: bai/**ez**. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: emakume-**gizon**-biak
2. Maila sozioekonomikoa: **altua**/erdi-altua/erdikoa/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko herritarra.
4. Bikotea: agertzen da /**ez da agertzen**- lotura emozional edo sexuala bai/ez
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-**etxea**/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda), hiria edo ez da agertzen.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gaztea
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada, e.a. Gorputzaren jarrera zurrera, lasaia, planta elegantea du. Eskuak guztiz ageri ez zaizkion arren lasai ezarrita dauzka beherantz. Ilea, aldiz, atzerantz orraztuta. Begirada lasaia bezain sakona du.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai/ez**. Nola? Aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa, baina, horri gehitu behar zaio protagonista aktore famatua dela, eta aurretiko aurreiritziak sortuak badituela.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: **jantzita/** bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ beste aukerarik.
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai/Ez/Nola** adierazte dute? Begiradaren bitartez.
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. Bai/ **Ez**. Nola?
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. Bai/ **Ez/** Nola?

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babes, osasuna, heziketa...
2. Mendetasuna oinarri duten protagonistak.
3. **Seguruak, dominatzaileak, independenteak eta** berritzaileak diren pertsonaiak.
4. **Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.**
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, erosle normala, **autoritate gabeko ospetsu bat** edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: naturaltasuna, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: gorputz osoa, **gerritik gora**, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: **bitarra, heterosexuala, homosexuala**, praktika sexual jakina,

inpultso sexualaren irudia. Anbigua da oso; kasu honetan hartzaila mutila izango da, eta irudiko protagonistak erakarri liezaioke, begirada eta bere itxura fisiko ederra erabiliz. Baina, iragarki hau emakume batek ikusiko balu ere erakarria sentitu liteke, nahiz eta produktua berak ez duen botako lurrin honen iragarkiko mutil batekin inspiratu edo amets egin lezake.

- **Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.**
- Askatasuna: independentzia, ihesbidea.
- Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.
- Berrikuntza: aldaketa, tradizionalarekiko ukapena.
- Beste batzuk.

ONDORIOAK:

❖ Erabilitako estimulu komunikatiboak:

1. Boterearen adierazle den urre kolorearen zein etxe dotorearen erabilera. Nahiz eta iragarkia gaizki fokatua dagoen protagonista ezarrita dagoen testuinguruak badu esangurarik; kasu honetan urre kolorearen zein etxe dotorearen erabilerak, dotorezia, berezitasuna esleitzen dizkio protagonistari.
2. Gerritik gorako planoen erabilera; aurpegiari eta bertan barneratzen den begiradari garrantzia emateko erabilitako baliabidea. Gizona, aurrez aurre begira dago; protagonista gizaki bat da, subjektu bat da.
3. Matthew McConaughey aktore ospetsua erabili dute iragarkiko ikono gisa. Ospetsuen erabilerak bestelako konnotazioak eskaintzen dizkio irudiari eta honen esangurari. Jada irudia behatu eta ospetsu bat ikustearekin, hartzailaren subkontzientean ospetsu horrek aurretik dituen balioak, iritziak, biziak, e.a. pizten dira. Komunikabideetan oro har “gizon erakargarri” moduan irudikatu izan dute McConaughey, horrela, jada erosleak, badu aurreiritzirik D&G-ren lurrinaren

iragarki honen aurrean. Eta produktuaz gozatzeko nahia baino, produktua erosita gizon honen bizian barneratzeko, amesteko aukera zabaltzen du.

❖ Sexualitate ereduak:

Gutziz anbigua dela deritzot. Kasu honetan hartzaile potentziala mutila izango da, eta irudiko protagonistak erakarri liezaioke, begirada eta bere itxura fisiko ederra erabiliz. Baina, iragarki hau emakume batek ikusiko balu ere erakarria sentitu liteke, nahiz eta produktua berak ez duen erabiliko lurrin honen iragarkiko mutil batekin inspiratu edo amets egin lezake.

2.5.10 Burberry Sport

- Komunikabidea: *Men's Health* aldizkaria
- Data: 2010 apirila
- Hartzailea: Gizon-emakumeak



*TESTUA: "The new fragrances for women and men".

- Interpretazioa: Lurrin berria neskentzat zein mutilentzat.
- Umorearen/ ironiaren erabilera: Ez.
- Besterik: jatorrizko hizkuntzan mantendu dute lurrinaren lema iragartzeko orduan. Globalizazioaren eraginez, hizkuntza zehatz batzuk indartu nahi dituzte, artean, ingelesa eta lurrinen iragarkietan ere nabaria da inposaketa

*IRUDIA: Plano erdi luzea, irudiko neska-mutilei ipurdiaren azpialdetik mozten zaie plano. Irudian bi neska-mutil gaztetxo daude; ezker aldean neska dago, ile hori luzea du aske, kirol jantzi luze zuria du irekia; bular artea bistan, eta praka beltzak ditu soinean. Aldamenean dagoen mutila ere ile horia da, ile luze xamarra du honek ere aske, eta neska moduan kirol jantzi gorria du soinean; bular alde bistan eta praka beltzak soinean. Biek begirada sakona, kopetaldea tolestu xamarra eta ezpain mardulak dituzte. Irudiak ez du fondorik, zuria da. Eta mutilaren gerrialdetik behera, hau da, irudiaren eskuinaldean bi lurrin botak daude; bote luzeak dira, bata, gorria eta bestea, berriz, zuria.

- FISIKOA

- Sinbolismoaren erabilera. Ez.
- Koloreen erabilera. Bai. Zuria, gorria eta beltza erabiltzen dituzte: oinarrizko koloreak dira hiruak. Zuriak; bakea, egonkortasuna, dibinitatea, lasaitasuna, osasuna adierazten ditu. Eta gorriak, berriz, pasioa, emozioa, ekintza adierazten ditu; koloreetan kitzikagarriena da.
- Osagarriak: bai/ez. Zeintzuk?

- FAKTORE SOZIODEMOGRAFIKOAK:

1. Protagonista diren pertsonaien sexua: emakume-gizon-**biak**

2. Maila sozioekonomikoa: altua/erdi-altua/**erdikoa**⁴⁷/erdi-baxua/baxua/ez identifikatua
3. Etnia: Mendebaldeko herritarrak
4. Bikotea: **agertzen da** /ez da agertzen- lotura emozional edo sexuala bai/**ez**
5. Eszenatokia: lana/ikasketak-etxea/harremana duten aktibitateak-kontsumo aktibitatea (supermerkatu, banku, denda), hiria edo **ez da agertzen**.

- ERAKARPEN FAKTOREAK:

1. Adina: Gaztetxoak
2. Gorputzaren forma eta jarrera: eskuak, ilea, gorputzaren jarrera, begirada.
 Neska: Gorputzaren jarrera lasaia du, zutik dago, esku batekin beste besoan erdialdera iristen zaion jantzia eusten, keinu hau segurtasun ezaren adierazlea da. Aurrera begira dago, aurpegia osotasunean ez zaio ikusten ileak tapatzen baitio, baina oso serio dago. Euritarako jantzi zuria du soinean, baina, kreailera irekita duenez, bular erdialdeko txirrikitua bistan du. Ilea hori luzea du, lehortu eta bere horretan lehortua, aske. Aurrera begira dago, serio dago oso eta azti begiratzen du.
 Mutila: Honek ere gorputzaren jarrera lasaia du, zutik, itxoiten egongo balitz moduan. Bi eskuak praketako poltsikoetan ditu. Euritarako jantzi gorria du soinean, kreailera jaitzita eta bular alde erdialdea eta galtzontziloen goialdea bistan ditu, gainera, praka beltza daramatza. Ile horia da mutila ere eta luze xamarra du; honek ere bestelako trikimailu eta lehorgailurik erabili gabe lehortua. Batez ere, ile askeak sortzen dituen konnotazio gazte, ausart, libre, konpromisorik eza, e.a transmititzen ditu. Aurpegi leuna du eta aldi berean, serioa, haserre dagoela dirudi. Ezpainak erdi irekita mardul –mardulak.
 Bi gazteen jarrera desadostasunaren, inkonformismoaren irudi esplizitua izango litzateke.
3. Gorputzaren edo aurpegiaren edertasunari lotutako erakarpen fisikoa: **bai/ez**.
 Nola?. Gorputzaren jarrera, baina batez ere, aurpegiaren edertasunari lotuta.

- APEU SEXUALA lortu nahi duten FAKTOREAK:

⁴⁷ Irudiak duen estetika gaztearengatik luxua irudikatzen ez den arren, lurrin marka hau oso garestia da edozein gaztetxok ezin lezake horrelako lurrinik erosi. Nahiz eta irudian luxua iradokitzen duten objekturik agertzen ez den hau zehaztea garrantzitsua dela deritzot. Familia oneko bi gaztetxoaren harremana irudikatzen delako iragarkian.

1. Jantzita edo erdi biluzik agertzen dira: **jantzita**, baina bular aldeko erdialdea biluzik/ bainuko arropa/ azpiko arropa/ ia biluzik/ beste aukerarik.
2. Badago erakarpen sexual, errepresentazio sentsual edo erotikorik protagonistetan. **Bai/Ez/Nola** adierazte dute? Aurpegiko keinuen eta begiradaren bitartez.
3. Objektu sexuala, justifikaziorik ez duten eta guztiz esplizituak diren gertuko planoen (bularrak, izterrak, ezpainak, hankak) erabilera. **Bai/ Ez. Nola?**
4. Irudien bidezko (elkarrekin dutxatzen, elkarrekin janzten...) iradokizun fisikorik. **Bai/ Ez/ Nola?**

- FUNTZIO SOZIALAK barnebiltzen dituzten FAKTOREAK:

1. Ama edo aita; zaintzaile agenteak: elikadura, babesa, osasuna, heziketa...
2. Mendekotasuna oinarri duten protagonistak.
3. Seguruak, dominatzaileak, **independentek eta berritzaileak** diren pertsonaiak.
4. Euren itxura fisikoagatik arduratuta dauden pertsonaiak.
5. Amatasun/ aitatasun egoerak adierazten dituzten zeinurik badago.

- ITURRIEN SINESGARRITASUNA adierazten duten FAKTOREAK:

1. Pertsonaien sinesgarritasuna: pertsonaia baten presentzia, iragartzen den produktuarekiko autoritatea duen pertsonaia, **erosle normala**, autoritate gabeko ospetsu bat edo produktuarekiko aditua ez den pertsonaia.

*MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA:

- Natura: **naturaltasuna**, berezkotasuna
- Sexualitatea:
 - gorputzeko atalak: gorputz osoa, **gerritik gora**, gerritik behera, aurpegia, bular aldea, aldaka, eskuak, izterrak, hankak.
 - irudi erotikoak: musuak, laztanak, besarkadak, **begiradak**
- sexualitate ereduak: **bitarra, heterosexuala**⁴⁸, homosexuala, praktika sexual jakina, inpultso sexualaren irudia
- Edertasuna: itxura fisikoagatik lortutako onarpen soziala.
- **Askatasuna: independentzia, ihesbidea.**

⁴⁸ Nahiz eta ez den guztiz esplizitua, ez dizkiot bestelako sexualitate ereduaren inguruko ezaugarriak aurkitzen.

- Maitasuna: bikotea, familia, norbanakoa.
- **Berrikuntza: aldaketa**, tradizionalarekiko ukapena.
- Beste batzuk.

ONDORIOAK:

❖ Erabilitako estimulu komunikatiboak:

1. Moldatu gabeko ilea eta aurpegiko keinu zehatzak erabiltzen dira, gaztetasuna, ausardia, konpromisorik eza, haserrea, abentura, e.a. bezalako balioak transmititzeko.
2. Neska eta mutilak pareko irudikapenez azaltzen ditu. Biei espazio berdintsua eskaintzen die; neskari pixka bat gehiago, jantzi berdinak dituzte, aurpegiko keinu berdinak, ilea ere moldatu gabe dute bia ala biek. Ez dago emetasunaren edo maskulinitatearen erabilera puntakorik, biek jantzi berdinak dituzte, inongo sexuetara egokitu beharrik gabe.

❖ Sexualitate eredu

Lurrina saltzeaz gain, bizitza eredu bat saltzen du iragarkiak. Gaztea, inkonformista, konpromiso gabe, e.a. Bestalde, sexualitate eredu zehatz zehatzik ez duela transmititzen pentsatzen dut; nahiz eta bi neska-mutil ageri diren ez dago beraien arteko konexiorik. Iragarki honetan bestelako sexualitate baten aldeko hautua baino, bizitza eredu berri baten aldeko hautua egiten dute. Hori nabarmenduko nuke, nolabait, bizitza modernoa, pijoia, kirolaria.

BIGARREN ZATIA

3. *Men's Health* eta *Cosmopolitan* aldizkarietako iragarkien azterketa konparatiboa

Behin aukeratutako iragarkien azterketa fitxa guztiak osatuta eta fitxa bakoitzeko estimulu komunikatiboak eta sexualitate ereduak identifikatuta, iragarki guztien azterketa konparatibo bat egitea du xede atal honek. Horretarako, jarraian aurkeztutako taulak, fitxen bateratzea estatistiko bat dira; hauen helburua, ez da balore estatistiko esanguratsurik lortzea, azterketaren ulermenerako aproposak direlako eratu dira. Beraz, *Men's Health* eta *Cosmopolitan* aldizkarietako iragarkien azterketa konparatibo bat egiten da idatziz eta taula estatistikoen bitartez.

Aldizkari femeninoak
Aldizkari maskulinoak
Guztira

3.1. Taula: Sinbolismoaren erabilera

SINBOLISMOAREN ERABILERA							
Neurria			Erabilitako bitartekoa				
Handia	4	0	4	Naturako baliabideak	1	0	1
Erdikoa	1	3	4	Objektuak	4	2	6
Ez	0	2	2	Ez	0	2	2

Aztertutako lurrinen iragarkietan sinbolismoaren erabilera nahiko handia izan da; sinbolismoa hau naturako baliabideen (adibidez: sagarra) zein objektuen bitartez (lurrinaren botea) irudikatu izan da gehienetan. Naturako baliabideen artean, DKNY lurrin markak adibidez, bere iragarkian erabiltzen dituen sagarrak azpimarratuko nituzke. Lurrin boteak, sagar itxura du eta aldi berean, iragarkiko protagonista Eva paradisutik kanporatua izan zeneko sagarra jaten ageri da, debekatutako sagarra, alegia. Baina aldi berean, sagarrez inguraturik dago, beraz, Eva-ren mitoa irauliz sagar gehiago jateko determinazio agertzen du protagonistako emakumeak. Nolabait, naturako baliabideak erabiliz, edota lurrin boteei ematen dieten itxuragatik, batzuetan, emakumearen gorputz kurbaduna irudikatuta, edo besteetan, berriz, gizonaren zakila; baina beti hartzailearen subkontzientean objektu, arropa edota naturako baliabideek sortzen dituzten ideiak, aurreiritziak, kliseak astintzea da helburua.

Aztertutako aldizkariei dagokionean, aldizkari femeninoetan agertzen diren iragarkiak sinbolismo handiagoa erabiltzen dute. Gizonei bideratutako iragarkietan askoz garbiagoa da protagonisten jarrera; eta emakumeei zuzendutako aldizkarietan, gehiago jokatzen dute mitoekin, ipuinekin edota gorputz bilakatutako lurrin boteekin.

3.2. Taula: Koloreen erabilera

KOLOREEN ERABILERA			
Apala	1	3	4
Bizia	2	1	3
Iluna	1	0	1
Urrea	1	0	1
Neutroa	0	1	1

Bestalde, lurrinen iragarkietan gorputz jarrerek, begiradek, arropak, e.a duten garrantziaz harago bada beste ezaugarriarik azpimarratzekoa: koloreen erabilera, alegia. Iragarkietan ongi eta espresuki aukeratutako koloreak erabiltzen dira; kolore bakoitzak bere konnotazioak baititu. Honela, aldizkari femeninoetan bereziki kolore biziak erabiltzen dira, hala nola, gorria edota urre kolorea. Eta aldizkari maskulinoetako iragarkietan, kolore neutroak eta kolore txuri beltzak erabiltzen dira maizago. Hau honela izanik, aldizkari femeninoetan agertzen diren emakumeen arropak gorriak dira askotan; nolabait, pasioaren, sexuaren, berotasunaren, sentsualitatearen adierazle. Beste lurrin batzuetako iragarkietan, J'dore DIOR-ena kasu urre kolorea erabiltzen dute alde batetik, hilezkortasunaren adierazle moduan eta bestetik, luxuaren, "glamour"-aren edota boterearen adierazle.

Aldiz, aldizkari maskulinoetako iragarkietan gehiago erabiltzen dira kolore apalak, neutroak eta txuri beltzak. Azken honen erabileraren inguruan esan, argazkigintza profesionalean askotan erabiltzen den teknika dela. Argazkiari balioa, seriotasuna esleitzen dio; horrela, nekez ikusiko dugu emakumeei zuzendutako iragarki bat txuri beltzean. Beraz, iragarkietan erabilitako koloreak ez dira zoriz aukeratzen aurre lanketa sakona eskatzen duen erabakia da, beti ere bere efektua, saltzea, bilatzen baitute publizitate sortzaileek.

3.3 Taula: Plano motak

PLANO MOTAK			
Orokorra	3	2	5
Erdi luzea	1	2	3

Erdi	0	2	2
Erdi motza	1	0	1

Azterketa konparatiboarekin jarraituz, *Men's Health* eta *Cosmopolitan* aldizkarietatik aukeratutako iragarkietan ez da agertzen soilik gorputzeko atal konkretu baten irudikapenik. Plano mota hauek 2000.urtean begiratutako iragarki batzuetan agertzen baziren ere, 2010.urteko aleetatik eginiko aukeraketan aztertutako iragarkietan ez dira ageri. Gehienetan, aztertutako iragarkietan plano orokorrak eta erdi luzeak edota erdiak erabiltzen dira, bai *Cosmopolitan* aldizkarian eta baita *Men's Health* aldizkarietakoan ere. Baina, emakumeak protagonista diren iragarkietan ugariagoa da plano orokorren erabilera; nolabait, aurpegiaz gain gorputz osoa ikusteko aukera ematen duen plano mota bat dela kontuan hartuta. Gizonak protagonista diren iragarkietan berriz, plano orokorrak erabiltzen diren arren, hauen gorputzak (geroago sakonduko dudan arren) jantzita agertzen dira. Normalean, ez da plano orokorra erabiltzen emakumezkoen kasuen moduan, hauen gorputzeko atal erdi biluziak ikustarazteko.

3.4. Taula: Iragarkietako protagonisten sexua

IRAGARKIETAKO PROTAGONISTEN SEXUA			
Emakumea	4	0	4
Gizona	0	3	3
Biak	1	2	3

3.5. Taula: Maila sozio-ekonomikoa

MAILA SOZIOEKONOMIKOA			
Erdikoa	2	4	6
Altua	3	1	4

3.6. Taula: Etnia

ETNIA (iragarki kopurua)			
Mendebaldekoa	5	4	9
Bestelakoak	0	1	1

3.7. Taula: Eszenatokia

ESZENATOKIAK			
Natura	2	0	2
Etxea	1	2	3
Hiria	0	1	1
Ez da agertzen	1	2	3
Lana	1	0	1

3.8. Taula: Adina

ADINA			
Gaztea	3	4	7
Gazte-heldua	2	0	2
Gaztetxoak	1	1	1

Azken bost taulen azterketa bateratua egingo da, denak batera aztertuta faktore sozio-ekonomiko-demografikoak ezaugarritzeko aukera gehiago eskaintzen duelako. Osoki aztertuta, hiru profil sozio-ekonomiko-demografiko nagusitzen dira, eta bi aldizkari berezitueto iragarkietan errepikatzen dira:

- 1.profila: gaztea, hiritarra, klase erdikoa, Mendebaldeko.
- 2.profila: gazte-heldua, hiritarra, klase altuko, Mendebaldekoa.
- 3.profila: gaztetxoa, inkonformista, klase ertaina, Mendebaldekoa, hein batean, bizitza estilo, bizi filosofia berria bat saltzen duen profila da.

Baina profil guzti hauez gain agertzen da salbuespenik, aldizkari maskulinoetan D&Gren lurrin lote unisex-a saltzea helburu duen iragarkia. Iragarki hau berritzailea iruditu zait aspektu aniztetan, artean, sexualitatea eta gozamina taldean irudikatzen dituelako, etnia aniztetako herritarrez osatutako iragarkia delako, neska eta mutilak elkarren artean ere jarrera aniztetan agertzen direlako eta maila soziala ez duelako objektu edota eszenatoki bidez zehazten. Beraz, sortu ditzakeen anbiguitasunak alde batera utzi gabe, arlo sozio-ekonomiko-demografikoan berritzailea den iragarkia dela uste dut.

Horrez gain, erabilitako eszenatokien inguruan adierazi, taulan ageri den moduan, aldizkari femeninoetan erabilitako eszenatokiak naturan, etxean irudikatzen dituzten arren, gehienetan eszenatokien irudikapena irreal, fantasiakoa dela. Naturan agertzen direnetan, naturako baliabideak erabiltzen dituzte eszenatokiaz harago beste konnotazioak transmititzeko; DKNY “Be delicious” iragarkian belardi batean irudikatzen dute ninfa dirudien emakumea, kasu honetan, espiritualtasun kutsua ematen dio eszenatokiak iragarkiko emakumeari. Baina, J’adore DIOR iragarkian itsasoa ageri da, naturako elementu bat da, baina, itsasoko ur gardena urre bilakatu dute; luxua, “glamour”-a, boterea bezalako balioak transmititzeko. Beraz, ez da egiten eszenatoki konkretuen erabilera hutsalik, erabilitako baliabide orok aurkitu nahi du bere esangura iragarkian. Errepikatzen den beste eszenatokia etxea da, eta iragarki denetan luxua, boterea adierazten duten elementuz janzten dute etxeko logela, klase altuko hartzaileei zuzendutako iragarkietan gehienetan etxe barruan irudikatzen dute protagonista.

Atal honekin amaitzeko, iragarkietako protagonisten sexuari dagokion gogoeta bat ekarri nahiko nuke gogora: aldizkari femeninoetako iragarkietan esplizituki agertzen diren protagonistak emakumeak dira, baino, irudian agertzen ez den gizonak beti du garrantzia- modu batera edo bestera beti dago presente.

3.9. Taula: Erakarpeta eta apeu sexuala

ERAKARPEA ETA APEU SEXUALA						
	Erakarpen fisikoa			Erakarpen sexuala		
Bai	5	5	10	5	5	10
Ez	0	0	0	0	0	0

	Objektu sexuala-justifikazio gabe			Irudien bidezko iradokizun fisikoak		
Bai	3	2	5	1	1	2
Ez	2	3	5	4	4	8

JANZKERA			
Jantzita	1	3	4
Gerritik gora biluzik	0	1	1
Bainu-azpiko arropa	2	0	2
Ia biluzik	1	0	1
Osotara biluzik	1	1	2

9. taula honetan, lurrinen iragarkietan behin eta berriz errepikatzen den erakarpen funtzioari egiten dio erreferentzia. *Men's Health* zein *Cosmopolitan* aldizkarietan aztertutako iragarki guztietan lurrinak saltzeko, hartzailarengan erakarpen fisiko eta sexuala pizteko estimuluak erabiltzen dira. Iragarki ororen helburu nagusietakoa da, modu bateko edo besteko erakarpeta sortzea hartzailarengan; batzutan, erakarpeta fisikoa da eta beste batzuetan, berriz, sexuala, baina betiere, erakarpeta. Modu anitz hartu ditzaketen erakarpeta lortzeko askotan sexudun gorputzak objektu sexual moduan saltzen dituzte. 2000. urteko iragarkiekin alderatuta, egun, gizonak ere objektu sexual moduan saltzen dituzte, urte hartako iragarkietan hain nabaria ez zen bezala, baina beti ekintzaren motore dira eta ere eremu publikoa konkistatzen dute. Hala ere, protagonistak emakumeak diren iragarkietan, emakumeen gorputzak, gehienetan, gehiago bistarazten dira; azpiko arropetan edo ia biluzik irudikatzen dituzten sexudun gorputz hauek ugariagoak dira. Emakumeak, limurtzaile, konkistatzaile⁴⁹ moduan

⁴⁹ Konkistatzaile moduan adierazten da, askotan emakumeei atxikitzen zaien sexu-langile estereotipoa erreproduzitzen da mota hauetako iragarkietan.

irudikatzen dituzte. Beraz, bada desberdintasunik eta bereizkeriarik sexudun gorputzak irudikatzeke orduan.

3.10.Taula: Mezuaren faktore komunikatzailea

MEZUAREN FAKTORE KOMUNIKATZAILEA			
Natura			
Naturaltasuna	3	0	3
Berezkotasuna	1	1	2
Gorputzeko atalak			
Osoa	3	1	4
Ipurditik gora	1	0	1
Gerritik gora	1	4	5
Irudi erotikoak			
Begiradak	4	5	9
Laztanak	1	1	2
Muxuak	1	0	1
Besarkadak	1	0	1
Edertasuna: itxurarekiko onarpen soziala			
Bai	3	4	7
Ez	2	1	3
Askatasuna			
Independentzia	1	4	5
Ihesbidea	0	2	2
Maitasuna			
Bikotea	2	0	2
Familia	0	0	0
Norbanakoa			
Berrikuntza			
Aldaketa	1	3	4
Tradizionalarekiko ukapena	0	1	1
Ez	4	1	5

Azken aurreko taula honetan, iragarkiaren faktore komunikatzaile desberdinak barne biltzen dira; hala nola, naturaltasuna, berezkotasuna, irudikatutako gorputzetako atalak,

irudi erotikoak, edertasuna, askatasuna, maitasun era eta berrikuntza edota aldaketaren irudikapenik baden ala ez.

Iragarkietan naturaltasunaren eta berezkotasunaren transmisioa emakumeak protagonistak diren iragarkietan irudikatzen da. Hauek izanik tradizionalki emakumeen estereotipoari egotzi izan zaizkion bi balore edo ezaugarri esanguratsuenetakoak.

Irudikatutako gorputzeko atalei dagokionean, berriz, emakumeak gehiago irudikatzen dira gorputz osoz, eta gizonak, aldiz, gerritik gora. Emakumeen gorputza osoki irudikatzen dute, eta gizonena, berriz, normalean, gerritik gora erantzita eta bular alde indartsua agerian utziz. Honekin lotuta, euren itxuragatik onarpen soziala, hau da, edertasunaren irudi estereotipatuak sexudun gorputz guztietan irudikatzen dira.

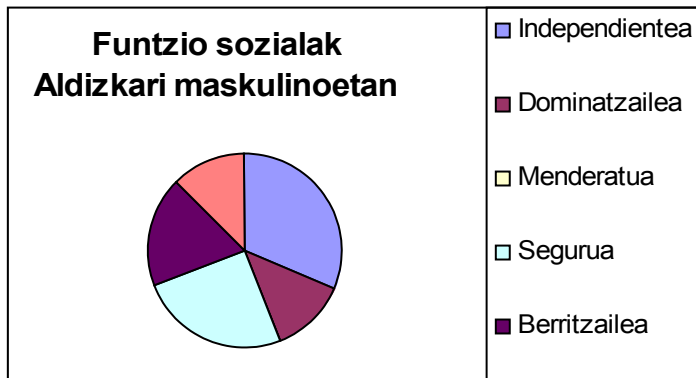
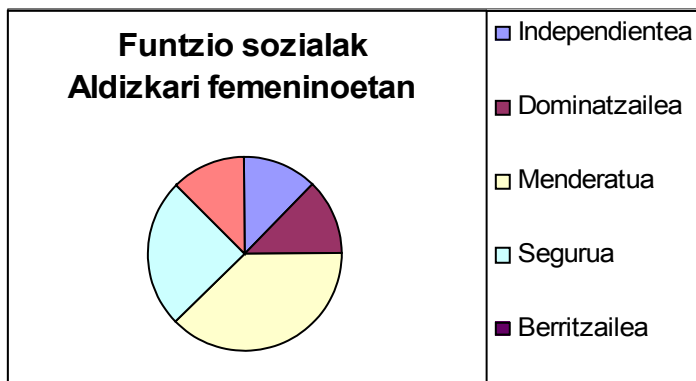
Iragarkietan nagusitzen den irudi erotiko esanguratsuen: begiradak dira. Begirada sakonak, ausartak eta iradokitzaileak. Nahiz eta batzuetan esplizituagoak diren irudiak ere agertzen diren, hala nola, muxuak, laztanak eta besarkadak. Baina aldizkari batetik bestera ez dago alde nabarmenik.

Maitasunaren errepresentazioa, esplizitua edota inplizitua agertu, beti besterekiko maitasunean oinarritzen da. Nolabait, mezu hau saltzen dute lurrinen iragarkiek: “bestea, zuk nahi duzun hori erakartzeko eman ezazu lurrin hau eta lortuko duzu”. Ez da inoiz norberaren maitasunean edota kolektiboaren maitasunean oinarritzen den irudikapenik agertzen aztertutako iragarkietan behintzat.

Eta aztertutako iragarkietan nolabait askatasun, independentzia edota ihesbidera jotzen duten ezaugarriak identifikatu dira, baina, emakumeei bideratutako iragarkietan batean besterik ez da lortu identifikatzea askatasunarekin lotutako ezaugarriarik. Eta lortu denean ere, beti dago kontraesana, emakumearen irudi askea eta aldi berean, bestearen (gizonaren) maitasuna lortzea helburu duen protagonistaren artean. Aldiz, gzonei bideratutako iragarkietan gehiago dira independentzia eta ihesbidea transmititzen dituzten baliabideen erabilera. Hau guztiz bat dator egun ere jendartean indarrean dagoen bizi ereduaren baitan egonkor dauden botere harreman hierarkikoekin. Beraz, sexualitatearen gaiarekin lotuta aldaketa edota tradizionaletikiko ukapena helarazten duten iragarkirik agertzen den arren, denak *Men's Health* aldizkaritik aztertutako iragarkietan topatu dira. Nahiz eta, agertzen diren sexualitate eredu batzuk, egun inposatua den eredu bitar heterosexuala apelatzen duten, sistema ere behar berrietara egokitu da eta sexualitate eredu berriak barneratu eta bere egin nahi ditu, betiere, estereotipo jakin batzuk soilik onartuz.

3.11. Taula: Funtzio sozialak

FUNTZIO SOZIALAK			
Independientea	1	5	6
Dominatzailea	1	2	3
Mendetasuna	4	0	4
Segurua	2	4	6
Berritzailea	0	3	3
Fisikoagatik arduratua	2	2	3



Funtzio sozialak zehaztaperen handiagoz ikusteko taulatik bi grafiko osatu dira, emaitzak argiago ikusten direlako eta ulermenean lagundu dezakeelako. Aldizkari femeninoetan agertzen diren protagonista gehienek dependentzia oinarri duten herritarrak dira. Baina aldi berean, neurri pittin bat txikiagoz pertsona seguru moduan irudikatzen dira. Beti jokutzen da kontraesan horrekin, bestearekiko onarpena lortzeak sortzen duen dependentzia eta aldi berean, erakarpen ekintzarako emakumeek agertzen duten determinazioa, segurtasuna.

Bestalde, aldizkari maskulinoetan irudikatutako protagonistak, gehienetan, independenteak eta seguruak dira. Tradizionalki, gizonei egotzi izan zaizkien bi ezaugarri izan dira eta ikusi dezakegu egun ere nola erreproduzitzen diren. Baina bada aldaketarik, gizonetan berritzaileak diren bi eredu en errepresentazio egiten baita iragarki batzuetan. Baina hau ez da nahiko, emakumeen bizi erduei dagokionean ez da berritzaileak diren funtzio sozialik identifikatu. Horrek ez du esan nahi ez daudenik, aztertutako iragarkietan D&G-aren iragarki batean kolektiboa irudikatzen da, eta bertan, jarrera anitzetan dauden neska-mutil lagun taldea irudikatzen da. Honela, emakumeei ere bestelako sexualitate eredu baten iradokizuna luzatzen dieten arren, kontuan hartzekoa da, aldizkari maskulinoen irakurle gehienak gizonak direla eta mezu horiek nolabait oso mugatuta daudela. Bestalde, adierazi behar da marka konkretu batzuk anbiguotasunaren oihala esku artean hartuta, bestelako sexualitate ereduak irudikatzen dituzten iragarkiak sortzen dituztela, nahiz eta hauek salbuespenak izan ohi diren.

Aztertutako fitxen bateratzea eta azterketa konparatiboarekin amaitzeko, erabilitako testuen zein hizkuntzen inguruko zehaztapen pare bat egingo dira. Iragarkietan erabilitako testuak oso motzak dira edo gehienetan 3-4 hitzez osatutako lemak izan ohi dira. Testuek, berriz, izaera emozionala dute- testu motza eta argazki txundigarriak-, honela, mezu hauek testuinguru kultural desberdina izanda ere ulertzen dira, emakume zein gizonei desiratu izango direnaren balioa transmititzen dietelako. Hala ere, lema hauek ugariagoak dira psike femeninoari bideratutakoak, eta balio horretatik, beste batzuk eratorritzen dizkie; hala nola, maitasuna, poztasuna, konfiantza eta segurtasuna. Bestalde, *Men's Health* zein *Cosmopolitan* aldizkarietan aztertutako iragarki guztietan jatorrizko hizkuntzan mantentzen dituzte lurrinaren izenak, eta baita, lemak ere. Lurrinen inguruko iragarkiek ere jasan dute globalizazioaren eraginik, eta hasiera batean lurrinak gehienbat Frantzia ekoizten zirenez, frantsesez baldin bazeuden ere; orain gehienak ingelesez daude.

HIRUGARREN ZATIA

HIRUGARREN ZATIA

Ondorioak

2010.urteko *Cosmopolitan* eta *Men's Health* aldizkarietan aztertutako lurrinen iragarkietan estimulu komunikatibo eta irudi ezberdinak erabiltzen dituzte gizonak zein emakumeak irudikatzen. *Cosmopolitan* aldizkarian aztertutako lurrinen iragarkietan kontsumitzailearen irrikak asebetetzeko, batez ere, sinbolismoarekin, kolore bizien erabilerarekin eta mitoekin jokatzeko bitartean, *Men's Health* aldizkariko lurrinen iragarkietan sinbolismoaren eta mitoen erabilera ez da hain esanguratsua. Gizonei bideratutako iragarkietan hauen gorputz jarrerak ziurragoak, zuzenagoak eta argiagoak dira; ekintzaren motore diren subjektuak dira: desiratu egiten dute. Emakumeei zuzendutako lurrinen iragarkietan erabilitako sinbolismoa naturako baliabideen bitartez -hala nola, "debehatutako" sagarra- edota objektuen bitartez, -emakumeen gorputz bilakatutako lurrin botak, zakila irudikatzen duten botak- irudikatzen da. Bestalde, aztertutako iragarkietan koloreen erabilerarekin sortu nahi diren konnotazioak eta ideiak ez dira modu berdinean irudikatzen batean zein bestean. Bada, aztertutako aldizkari femeninoen iragarkietan bereziki kolore biziak erabiltzen dira, hala nola, gorria eta urre kolorea. Agertzen diren protagonisten arropak gorriak dira askotan; nolabait, pasioaren, sexuaren, berotasunaren, sentsualitatearen adierazle. Aztertutako beste lurrin batzuetan, J'dore DIOR-ena kasu, urre kolorea erabiltzen da; alde batetik, hilezkortasunaren adierazle gisa eta bestetik, luxuaren, "glamour"-aren, boterearen adierazle. *Men's Health* aldizkarian aztertutako iragarkietan berriz, kolore apalak, neutroak eta txuri beltzak ugaitzen dira. Txuri beltzaren teknika oso ohikoa da argazkigintza profesionalean, berauek, balioa, seriotasuna esleitzen dio irudiari. Gainera, iragarkiaren osaketan erabilitako estimulu desberdinek proiektio desberdinak sortzen dituzte hartzailearen gogamenean, eta hasieran aipatu bezala, emakumeei bideratutako iragarkietan erabilitako sinbolismoek, koloreek, eszenatokiek, e.a hartzailearen subkontzientean aurretik erakarpenaren, maitasun ereduaren, desioaren inguruan sistema patriarkalak urteetan zehar finkatu dituen klise tradizionalekin eta diskriminatzaileekin lotura egitea dute xede. Honela, aztertutako iragarkietan debehatutako sagarra hozkatzen duen Eva moderno bat ageri da, soineko gorri luzea duen Txanogorritxu edota itsasoko urretatik printzea maitemintzera irteten ari den

Sirena. Beraz, emakumeen errepresentaziorako erabilitako eszenatokiak guztiz dira irrealak, sinbolikoak eta fantasiakoak. Aldiz, aldizkari maskulinoetan aztertutako iragarkietan, ezaguterrezak dira: hiriko dorre garaiak, kaleak, etxe dotoreak. Gizonak, espazio publikoetan jarrera argiz, indartsuz, ziurrez irudikatzen dira. Horrez gain, egun, globalizazioaren eraginez, iragarki hartzaileak kultura globalean bizi diren herritarrak izanik, aztertutako lurrinen iragarkietan estereotipo konkretu batzuei erantzuten dieten Mendebaldeko hiritarrak irudikatzen dituzte soilik, aurrerakuntza teknologikoak eta ongizate ekonomikoa oinarri dituzten hiritarrak. Nolabait, balioen nahasmenduan eta puntako indibidualizazioan barneratutako jendartean murgilduta gauden honetan, publizitateak ere jendarteko kideen irrikak ongi aztertzen ditu eta horregatik, erabiltzen eta indartzen ditu egun dauden mitoak, eta hauez gain, helburu komertzialak erdiesteko berriak ere sortzen ditu.

Gizon zein emakumeen errepresentazio subjektiboa dela eta, sexu identitateak eta subjektu izaerak ez dira berdin lantzen aztertutako lurrinen iragarkietan. Orokorrean *Men's Health* aldizkariko iragarkietan, sexu identitateari dagokionean anbiguitasuna handiagoa erabiltzen da, *Cosmopolitan*-eko iragarkietan baino. Egungo sistema kapitalista patriarkalean inposatua den eredu bitar heterosexualaren aurrean, homosexuali bideraturiko iragarkirik bada eta anbiguitasun osoz jokatzeko kolektibotasuna irudikatzen duen beste iragarki bat ere aztertu da ikerkuntza lan honetan. Aldizkari femeninoetan, berriz, bitar, heterosexual, maitasunaren izaera erromantikoaz gain, sexualitate eredu anbiguorik edota bestelako sexualitate eredu berritzailek ez dago aztertutako iragarkietan. Beraz, emakumeen zein gizonen sexu identitate aukerak ez dira maila berean irudikatzen eta bereizkerietan oinarrituta daude. Iragakiek ere egun indarrean diren botere harreman hierarkikoak erreproduzitzen dituzte. Esan bezala, bestelako sexualitate ereduak identifikatu dira gizonei bideratutako aldizkarietako iragarkietan, baina, hasiera batean inposatutako ereduaren aurrean eraso bat suposatzen bazuten ere, sistemak harrapatu, jan eta bere erara egonkortu ditu: sexualitate ereduak, sexu identitate anitzak estereotipatu. Honen adibide dugu Jean Paul Gaultier-en "Le Male" lurrinaren iragarkian agertzen den marinela. Marinelaren uniforme eta figura gay-en ezaugarri bihurtu dituzte, fetitxe sexual garrantzitsutzat joaz. Hau honela izanik, publizitateak, produktua saltzeko iragarkiak sortzeaz gain bizitza estiloak ere irudikatzen ditu. Beraz, bizitza estiloen irudikapen horretan dago patriarkatuaren

ideologiaren eragina, eta estereotipoen erreprodukzioa; gay-ak bere itxura fisikoagatik arduratutako lagunak izan behar dute, harreman iraunkorrik ez dutenak, promiskuoak, dependienteak e.a. Eta lesbianak, berriz, ikusezinak dira aztertutako iragarkietan, ez dira existitzen. Jendartean ematen den inbisibilizazioan publizitateak ere eragina du, eta hortxe adibidea, ikerkuntza lan hau egiteko goitik behera miatutako aldizkarietan ez da ezta adibide bat ere topatu, ez aukeratutako aldizkarietan ezta beste mordoxka batean ere. Hortaz, emakumeei bideratutako iragarkietan emakumeak subjektua izan beharrean, pertsonaiak dira; ipuinetako, jokoetako pertsonaiak. Hein batean, fantasiako munduko objektuak. Eta gizonak, aldiz, ez dira Adam, Neptuno edo otso bezala irudikatutak. Agertzen diren gizonak mundu errealeko subjektuak dira: errealak, bere buruari begiratzen diotenak, hiritarrak, botere ekonomiko, soziala eta ideologikoa irudikatuta konkistatzera doazen gizonak dira.

Ikerkuntza lan honetan sakonki aztertutako hamar iragarkietan irudikatutako harremanak beti bitar sistemaren baitan kokatzen dira Gehienetan desioa, maitasuna, bestearekiko irudikatzen da; praktika sexual konkretu batzuetara bideratua eta beti ederren artekoa. *Cosmopolitan* aldizkarian aztertutako iragarkietan emetasunaren irudi estereotipatu bakarra erreproduzitzen da: irudi aingerutar eta pikaroa, biak bat, dituen emakumea, liraina, itxura fisikoagatik arduratua, gaztea, sentikorra, goxoa, gizonarengan desioa pizten duena, menpekoa baino aldi berean hartu nahi dituen erabaki konkretu batzuez segurua, ongizate ekonomiko duen emakumea e.a. Emetasunari atxikitako balore eta ezaugarri hauek ez datoz bat egungo emakume langile, kaleratu, ama, kultura anitzeko, zaintzaile, zapaldu, gazte-heldu-zahar, lesbiana, sexu-langile e.a. izatearekin. Iragarki hauetako protagonista denek begirada berdintsua dute; kezkatia baina aldi berean, ausarta; kontraesan horrekin jolasten da. Agertutako gorputz jarreretan desiratua izateko, maitatua izateko prestakuntza lanetan dabilzan edo besteari (gizonari) tentatzeko ekintzaren bat egiten irudikatzen dituzte emakumeak. Eta desio duten hori maitemintzeko erabakia hartzen badute, ordu arte bere nortasunarekin bat zetorren edo emakumeek euren gaitasun fisiko edo harremanen bat sakrifikatzen dute gizonaren maitasunagatik. Interpretazio batzuen arabera, horixe gertatu zitzaion Sirenari; hau da, printzea maitemintzera itsasotik atera zenean, bere ahots ederra galtzeaz gain itsasoko lagun guztiak utzi behar izan zituen bertan. Baina aldizkari femeninoetan edertasunaren inguruko estereotipoen irudikapen hau pixkanaka gizonari

bideratutako iragarkietan txertatzen ari direla ikusi dezakegu aztertutako iragarkietan. Hala nola, itxura fisikoagatik arduratutako mutilak (depilatuak, gazteak, gihartsuak), seduktoreak, finak, homosexualak, anbiguoak irudikatzen dira; baina hori bai, beti hiria, eremu publikoa konkistatzeko prest daude edo jada bere egiten dituzte. *Men's Health* aldizkarian D&G-ak merkaturatutako lurrin bote sorta baten iragarkia da aspektu anitzetan berritzailea izan litekeen iragarkia. Mendebaldeko herritarraz gain beste etnia batzuetako kideak agertzen direlako, kolektiboa irudikatzen duelako, nolabait, sexualitatea intimitatearekin, bikotearekin, iluntasunarekin, e.a. lotzen dituzten aldagaiekin hausten duelako. Hala ere, esan behar da D&G diseinatzaileek sortzen dituzten iragarkietan probokazioa lortu nahi izaten dutela askotan, eta ezin jakin liteke sexualitatearen inguruko irudikapen anitz kontzientea egin duten edo probokazioa izan duten helburu.

Bibliografia

- Erabilitako liburuak eta artikuluak:

ABRIL VARGAS, Natividad: “*Las mujeres en la prensa diaria vasca: protagonistas, temáticas, tratamiento periodístico*”, Euskal Herriko Unibertsitateko Gizarte eta Informazio Zientzien Fakultateko Kazetaritza departamentua, Leioa, (1994).

ANDRIEU, Rosa: “Antropología de las relaciones sociales entre los sexos”, *Gizonen eta emakumeen berdintasunaren masterrerako erabilitako materiala*, (2009-2010).

BARAHONA MALDONADO, Teresa : “Diversidad dichosa”, *El Viejo Topo*, 134.zenb, (1999).

BARDIN, Laurence: “El análisis de contenido”, Ediciones Akal, S.A, Madrid, (1986).

BRAIDOTTI, R.: *Sujetos nómades. Corporeización y diferencia sexual en la teoría feminista contemporánea*, Paidós, Buenos Aires, (2000) [1994].

BUTTLER, Judith: *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*, Paidós, México, 1990.

CONNELL, R. W: *Masculinities*, University of California Press, Berkeley, 1996.

FOUCAULT, Michel: “Historia de la sexualidad” Tomo I, México, 1976.

MATHIEU, N. C.: *Notes pour une définition sociologique des catégories de sexe*, Epistémologie sociologique, 11, 1973.

MCINTOSH, M: *The homosexual role*, The making of modern homosexual, Rowman & Littlefield Publishers, Insc, London (1981) [1968].

MÉNDEZ, Lourdes; MOZO, Carmen: “Cuerpos, géneros y sexualidades: encrucijadas identitarias”, *Antropología del género. Cuerpos, géneros y sexualidades*.

MÉNDEZ, Lourdes: “El lugar de lo impuro. Contribuciones de Mary Douglas a una antropología feminista del cuerpo”, *Pensadoras del siglo XX*, Valcárcel, A. & Romero, R. (eds), Sevilla (2001).

MÉNDEZ, Lourdes: “Al servicio del cuerpo canónico: industrias y nuevos hábitos corporales”.

MÉNDEZ, Lourdes: “Berdintasunaren diskurtso faltsua”, *Emakume abertzaleen IV. Topaketa Feministak*, Tolosa, (2009).

MONTES FERNÁNDEZ, Antonia: “Globalización y publicidad: El lenguaje universal de los perfumes”.

http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2855/3/globalizaci%C3%B3n_y_perfume.pdf
helbidean, {Kontsulta: 2010eko abuztuaren 5an}.

LAGARDE, Marcela: *Identidad femenina*, 1999.

LORA GARRIDO, Manuel: “Estereotipos de género en publicidad”, *Revista Creatividad y Sociedad*, 11.zenbakia, (2007).

PROBYN, E: “Corps féminin, soi féministe. Le dédoublement de l'énonciation sociologique”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XXIV (1), 1992.

RICH, A: *Compulsory Heterosexuality and Lesbian Existence*, *A Journal of Women in Culture and Society* 5/4, 1980.

SEBASTIAN, Julia: “La imagen de la mujer en la publicidad: Análisis de los mensajes latentes en los anuncios de contenido sexual”, *Las mujeres en la opinión pública*, X Jornadas de investigación interdisciplinaria sobre la mujer, (1995), orr.121-126.
Métodos de Investigación Social. Muestreo, Construcción de escalas, Análisis de Datos. Departamento de Sociología. Universidad de Deusto, 1973. Tomo II, Tercera Parte, Tema 10.

TABET, Paloma: “IV. Del don a la tarifa. Las relaciones sexuales que implican una compensación”, *Les Temps Modernes*, 490.zenb, (1987), orr. 1-53. Lourdes Mendez-en itzulpen testua.

-Aztertutako aldizkariak:

Cosmopolitan aldizkariko iragarkiak: (2010)

6. Halloween Kiss, J.del Pozo (Urtarrila)
7. Chanel: Coco Mademoiselle (Otsaila)
8. J'dore DIOR (Maiatza)
9. Carolina Herrera: CH (Maiatza)
10. DKNY, Dona Karan New York (Abuztua)

Men's Health aldizkariko iragarkiak: (2010)

6. DKNY Men (Urtarrila)
7. “The new fragances by D&G” (Urtarrila)
8. Jean Paul Gaultuer “Le Male” (Martxoa)
9. D&G “The one” (Apirila)
10. Burberry Sport (Apirila)

- Besterik:

Antropologiako VIII. Batzarreko aktak (2.liburukia), Santiago de Compostela, (1999).

“Sexualitatearen eztabaida”, *Euskal Herriko Bilgune Feminista*, (2010).