

EUSKADIN PUBLIZITATE ETA KOMUNIKAZIO EZ SEXISTARAKO KODE DEONTOLOGIKOA ETA AUTOERREGULAZIOKOA INPLEMENTATZEKO SAREAREN 4. BILERA (2017ko abenduak 1)



EDUKIEN LABURPENA

Euskadin Publizitate eta Komunikazio ez sexistarako Kode Deontologikoa eta Autoerregulazioak inplementatzeko sarearen 4. bilerako ondorio nagusiak aurkezten dira ondoren:

Bertaratutakoak:

- **Publizitate-agentziak:** Aitziber Basarte (Aurman), Jose Felix Ruiz (Trupp-Euskadiko Publizitate Agentzien Elkartea), Alejandra Camus eta Álvaro Miguel (Labox).
- **Komunikabideak:** Marian Parra (Eitb), Joxe Rojas (Tokikom), Beatriz Azpiri (Begitu Aldizkaria), Aintzina Monasterio (Lea-Artibai, Mutriku eta Busturialdeko Hitza), Irune Elorriaga (Onda Cero), Alfonso Garai (El Correo), Irantzu Sagarminaga (Hiruka), Nekane Lauzirika (Kazetarien Elkargoa-Deia), Lourdes Pérez (Diario Vasco), Eva Domaica (SER), Peru Arrasate (Di-Da).
- **Begira-Emakunde:** Pablo Vidal, Lucía Martínez, Izaskun Landaia, Raquel Raposo, Ángel Rodríguez.
- **Idazkaritza Teknikoa (Kualitate Lantaldea):** Itziar Cámara eta Diego Fernández.

Dokumentua honako atal hauetan antolatuta dago, bilerako gai-zerrendari jarraikiz:

1. Ongietorria, aurkezpena eta jardunaldiaren helburuak.
2. Sarearen esparruan egindako lanaren ondorio nagusien eta prozesu horretan ikasitako azalpena.
3. I. tailerra. Zein da Sarearen bidea eta norabidea?
4. EAEko komunikabideen eta publizitate-agentzien lehen monitoretzaren emaitzen aurkezpena.
5. II. tailerra. Esperientziak partekatzen ditugu: Formakuntza.
6. Jardunaldiaren itxiera. Eskerrak ematea eta hurrengo urratsak.

1. Ongietorria, aurkezpena eta jardunaldiaren helburuak

Izaskun Landaidak, Emakundeko -Emakumearen Euskal Erakundeko- Zuzendariak pertsona eta erakunde guztien bertaratzea, parte-hartzea eta lana eskertu ditu, bilera hau Sarearen laugarrena dela nabarmenduz. Helburu nagusia publizitate eta komunikazio berdinzalerantz joateko publizitate-agentziek eta komunikabideek elkarrekin lan egitea dela azpimarratu du. Adierazi du 4 urte hauetan landutako bidea bera izan dela baliotsuena eta berriena (parte-hartze dinamikak, lankidetzarako gunea, adostasunen bilaketa...) eta, ondorioz, funtsezkotzat jotzen dela hori mantentzea eta indartzea.

Saio honetan, egindako bidea laburbiltzeaz gain, etapa berri bat zabaltzen da Autoerregulazioko Kodea gure erakundeetan inplementatzeko.

Jardunaldiaren helburu zehatzak ondorengo hauek dira:

- Egindako lanaren ondorioak eta prozesu horretan ikasitakoak elkarbanatzea: Kodearen lanketa, Sarea martxan jartzea eta prestakuntza-ekimena.
- Sarearentzat 2020rako ibilbide-orria zehaztea.
- Publizitate-agentzien eta komunikabideen monitoretzaren emaitzak aurkeztea.
- Agentzietako eta komunikabideetako langileekin egindako lehen formakuntza osatzea eta burutzea.

2. Sarearen esparruan egindako lanaren ondorio nagusien eta prozesu horretan ikasitakoen aurkezpena

Aurrekariak

2014-2015 Publizitate eta komunikazio **ez sexistarako** kode deontologikoa eta autoerregulazikoa lantzeko prozesua garatzen da **Euskadin**.

Jardueren profesional bat zuzenki eraman nahi duten adaketen, formulatzen, bere gain hartzen eta **sustatzeko** dituzten baloreak oinarritut hartzen dituen irizpide moralen multzoa batzen duen dokumentu bat bezala.

Sexuagatik egindako edozein motako pertsonen diskriminazioa ezabatzeko eta publizitate eta komunikazio jardueren profesionalen erakunde eta gizonen arteko berdintasuna **sustatzeko** azaraduta dauden diptiku etikoekin arduratzen da. Aljardi horiek ez egoteak edo ez betetzeak gaitzespena erakari behar du.

26 de febrero 2016, evento de adhesión al Código.

2016 Kodearen **seadotze** eta **implementatze** prozesua eta **formakuntza, sentibilizazio eta monitorizazio ekimenak** garatzen dira. Testuinguru honetan sortzen da Sarea honako helburu hauekin:

- Fago insumor bat eratzia
- Ezagutza sortzea eta elkarbidea
- Oinarrituko biltze oin bati identifikatzea eta zehaztas eta Kodea **implementatze** klabe praktikoak.
- Zailtasun ezberdin **komune** ebazpena diagnostikatzea eta eramatea.

Oinarritzko proposamena 2018-2020

Jardunaldia azaroa '17 Bitarteko jardunaldiak '18-'19-'20 Azken jardunaldia 2020

Hasierako bilera 3 jardunaldi urteko Amaierako bilera

Jardunaldi bakoitzak 3 atal hauen izango ditu:

A) URTEKO LANERAKO GAIAK (bilerako 2 ordu)

- Saloietako lana urteko galen arabera
- Urteko formakuntza (urteko saila hasieratik)
- Jardunaldiaren dinamizazio teknikak

B) KODEAREN IMPLEMENTAZIOA (bilerako 2 ordu bat)

- Biltze oin baten diseinua erakunde bakoitzaren behararen arabera.
- Kodea implementatzeko treziak.
- Espertentziak Sareko erakundeen kasu praktikoak.
- Komunikabide eta agentzien monitorizazio datuen urteko aurkezpena.

C) SAREAREN DISEINUA, GARAPENA, KUDAKETA ETA BULTZADA (bilerako 2 ordu bat)

- Sarearen egitura eta funtzionamendua
- Elkarbanatutako idergeria
- Komunikazio horizontala eta rolen aldatzea
- Erakunde bakoitzaren berdintasuna balore estrategiko besala. Erakunde bakoitzaren inplikaturako pertsonen laguntza. Balarladesa sailhetu.
- Jardueren memoria eta jarraien prozesuak.
- Erakunde berrien integrazioa.

Idazkaritza Teknikoko Itziar Camarak orain arte Sarearen esparruan egindako ibilbidea aurkeztu du, Euskadin Publizitate eta Komunikazio ez sexistarako Kode Deontologikoaren eta Autoerregulaziokoaren lanketari, atxikimenduari eta inplementazioari lotuta prozesuan zehar une garrantzitsuenak izan direnak aipatuz. 2018rako bileren eta edukien oinarritzko planteamendua ere aurkeztu du: [01 jardunaldien laburpena 20171201.pdf](#)

3. I. tailerra. Zein da Sarearen bidea eta norabidea?

Idazkaritza Teknikoko Diego Fernandezek Sarearen helburuak, funtzionamendua eta gaur egungo egitura biltzen dituen dokumentua aurkeztu du: (atxikitzen da: [02 I. Tailerra Sarea Kodigoa eu.pdf](#)).

I. TAILERRA: SAREAREN BIDEA ETA NORABIDEA

Sarearen egiturari eta funtzionamenduari buruz hausnartzea du helburu tailer honek.

Abiapuntua: Kode Deontologikoa sinatzeko ekitaldia, 2016ko otsailaren 26an.



I. TAILERRA: SAREAREN BIDEA ETA NORABIDEA

SAREAK EGINDAKO ZEREGINAK (2016-2017):

- Tresnak sortu, baliotatu eta probatu (Check list-a, gomendioak...).
- Sarearen barnean garatutako esperientziak zabaltu eta partekatu.
- Kode Deontologikoa betetzen den ala ez ikusteko jarraipena egin.
- Formakuntza-prozesuak garatu.

Ondoren, bi mahaitan lan egin dute parte-hartzaileek: bata, agentzien mahaia; bestea, komunikabideena (talde bakoitzean erabaki da euskara, gaztelania edo biak erabili). Sarearen helburuei, funtzionamenduari eta egiturari buruz eztabaidatzea izan da helburua.

TAILERRA PUBLIZITATE AGENTZIEKIN

Sarearen bideari eta norabideari buruzko iruzkinak: helburuak eta funtzionamendua.

Saretik proposatutako helburuak egokitzen jo dira, formakuntzan lanean jarraitzea funtsezkoa dela planteatuz. Faktoria Lilarekin egindako formakuntza-ekimena positiboki baloratu dute.

Saretik bertatik agentziako eremu ezberdinen egunerokotasunean lagunduko duten “material didaktikoak” sortzea proposatu dute, adibidez, briefing bat genero ikuspegitik nola ezarri edo sorkuntza sailerako protokolo bat, produkzio-etxeen hautaketa, irudien aukeraketa... Irigarri berdinak egiteko antzeko material didaktikoak (Check-list) garatu dira Sarearen esparruan.

Sareko bileretan parte hartzen duen pertsona bakoitzak bere erakunde-enpresan duen preskriptore-papera azpimarratu da.

Sarea eta bere lana beste eremu batzuetara hurbiltzearen garrantzia ere nabarmendu dute:

- Unibertsitatea: Dagoeneko Emakundek Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza Sailarekin lan egiten du. Oinarritzako helburua berdintasunerako edukiak gehitzea da. Beste alde batetik, datorren ikasturtean Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatearekin Sarearen saio bat egin nahi dela nabarmendu dute.
- El Sol jaialdia: Sarean egindako lana zabaltzeko beste espazio bat izan daiteke. Jaialdi horretan generoari eta publizitateari buruzko hausnarketarako espazio bat ahalbidetzeko lanean ari da Emakunde.

Sarea modu iraunkor batean biltzeko eta alor bereko erakundearen artean iritziak partekatzeko beharrezkoa den espazio bat bezala ikusten dute agentziek.

Sarearen funtzionamendua eta egitura

Sarea formalizatzeko aukerari dagokionez, egungo funtzionamendua eta egitura emaitza onak ematen ari direla aipatu dute. Egungo lan-sistema dinamikoa eta malgua da, eta ez da Sarea formalizatzearen onura zuzenik ikusten. Pauso hori emateko, agian, Sarea bera gehiago garatu beharko litzatekeela adierazi dute.

Hori bai, Sarea haziz joan behar da, eta, zentzu horretan, publizitate-agentziez eta komunikabideez gain, beste eragile batzuek ere parte hartzeko aukera proposatu dute. Eragile berri horiek honako hauek lirateke:

- Irigarriak
- Administrazio publikoak (komunikazio-bulegoak)
- Ekoizleak (Eiken elkarte sektoriala)
- Unibertsitatea
- Alderdi politikoak
- Eta abar

Eragile horiei dagokienez, komenigarria litzateke baloratzea horiek Sarean sartzeak zer ekarriko lukeen; izan ere, erritmoak, interesak, errealitateak eta ikuspuntuak ezberdinak dira.

Egoera horren aurrean, egoki ikusten dute eragile berri bakoitzarekin lan-saio zehatzak egitea eta Sarean sarrera progresiboa izatea.

Agian, beharrezkoa litzateke Kodea eta Dekalogo Sarearen esparruan parte hartu edo lan egin dezaketen eragile berri horien egoeretara moldatzea.

Sareko bilera-topaketen antolaketaren planteamendua (urtean 3 aldiz, gai zehatzak urte bakoitzeko) egokia dela uste dute. Urte hauetarako (2018-2019-2020) proposatutako gaiak honako hauek dira: kirola, gazteria eta emakumeen aurkako indarkeria. Beste gai posible batzuk aipatu dituzte taldean:

- Jostailuak (jostailu-egile bat bakarrik Euskadin: Bizak).
- Emakumeen eta gizonen irudia publizitatean.
- Elikadura-Dietetika.
- Gorputza-Osasuna.
- Hurrei zuzendutako publizitatea.

Gai zehatzez gain, “Taller de sutilezas” izeneko tailer bat sortzea proposatu dute, iragarki berdinazaleak egiten laguntzen duten agentzien egunerokotasuneko tresna eta instrumentu (hizkuntza, kameraren ikuspegia...) zehatzak aurkeztuz.

Lantalde operatiboa

Sarea bultzatzeko baliabide honi buruzko balorazioa positiboa da; izan ere, Sareari autonomia handiagoa emango lioke. Lantalde operatiboan parte-hartzea txandakakoa izan liteke (urtebetez, adibidez), lan-zama handiegia izan ez dadin.

Lan-mahai bakoitzeko eduki nagusiak guztien aurrean aurkeztu ondoren, lan-talde operatiboan izena emateko orri bat banatu da.

TAILERRA KOMUNIKABIDEEKIN

Sarearen bideari eta norabideari buruzko iruzkinak: helburuak eta funtzionamendua.

Orokorrean, Sarearen helburuak egokiak direla uste dute, baina, era berean, adierazi dute Kode Deontologiko eta Autoerregulaziokoan jasotako guztia praktikara eramaten laguntzen duen edozein tresna, egitura eta abarretan sakontzen eta lan egiten jarraitzea beharrezkoa izango dela; izan ere, uste dute hori guztia ez dela modu praktikoan ematen erredakzioen eguneroko lanean... Sarea lankidetzarako eta partekatutako lanerako positiboki baloratutako espazio bat da. Nahiz eta Sarean parte hartzen dutenak sentsibilizatuta eta prestatuta egon, beharrezkotzat jotzen da honako ekintza hauek garatzea:

- Erredakzioetara hurbiltzea, hartutako konpromiso guztia zabaltzen eta praktikara eramaten lagunduko duen formakuntza/partekatutako lana antolatzeko.
- Zuzentzarauak lantzea eta idaztea posta elektroniko bidez zabal daitezkeen komunikazio-trataerarako gomendio zehatzekin. Edukiak egiteko gomendio zehatzak, aholku praktikoak... izango lirateke, adibidez, kasu bereziki mediatikoak ematen direnerako (prozedura judizialak, gertaerak eta abar).

- Informazioaren orientazioaren, sorreraren eta trataeraren arduradunekin zuzenean lan egitea.
- Kode deontologikoari atxikitzetik eta Sarean parte hartzetik datozen konpromiso eta lana kalitatearen antzeko prozesu batekin lotzea, zeregin horretan lan egiten duten erakundeek lana aitortzeko pizgarri bezala. Adibidez, "benchmarking" motako jarduera bat egin liteke urtero, erakunde bakoitzaren egoerari buruz informatutako argazkia aterako lukeena.
- Emakumeak nagusi diren espazioa da Sarea, eta planteatzen dute komunikabide ezberdinetako lankideei begira sentsibilizazio eta formakuntza ariketa bat, besteak beste, beharrezkoa izango litzatekeela. Errealitate hau ezberdina izan daiteke komunikabide handien eta tokiko hedabideen artean, non parte-hartzea orokorrean orekatuagoa den eta proportzioan sentsibilizatutako eta "txip" a jarritako pertsona gehiago -emakume zein gizonak- dauden.

Halaber, nabarmendu dute Sarean zuzenean parte hartzen duten pertsonak preskriptoreak ere badirela eta erakunde bakoitzean irakaskuntza- eta monitorizazio-ahalmena izan dezaketela, nahiz eta proposatutako ekintzekin erraztuko litzatekeen gai konplexua den. Dena den, beharrezkoa da pertsona bakoitzaren borondatetik borondate eta konpromiso korporatibora pasatzea.

Sarearen funtzionamendua eta egitura

Energia galera eta lehentasunik ez duen berrantolaketa ekar ditzakeen arrisku bat bezala ikusten da Sarea formalizatzeko proposamena. Gaur egun Sareko partaide diren pertsona eta erakundeentzat atzera buelta argirik ez izatea ekar dezake eztabaida- eta formalizazio-prozesuetan sartzeak.

Urteko bileren erritmoa eta hausnarketarako eta lanerako partekatutako espazioak oso positiboki baloratu dituzte, baina berriro azpimarratu dute, 2018ra begira, beharrezkoa dela informazio eta edukien arduradunak neurri handiagoan inplikatzeko.

Sarea erakundeek sare bat dela gogorarazi dute, nahiz eta pertsonak parte hartzen duten. Atxikitako erakundeek artean Sarearen beraren esparruan Kodearen betetze-mailaren jarraipen bat egin daitekeela iradoki dute.

Lantalde operatiboa

Ezaugarri hauek dituen talde bat erabilgarria izan daitekeela uste dute. Talde eragile edo lantalde baten parte izateak ahalegin eta konpromiso-maila altuagoa eskatzen du. Lantalde operatiboarentzat aurrez aurrekoa ez den aukera bat planteatzen da, horrela, beste euskarri batzuekin lan egitea erraztuz.

Lan-mahai bakoitzeko eduki garrantzitsuenak denek aurrean aurkeztu ondoren, lantalde operatiboan izena emateko orri bat banatu da.

Taldean parte hartzeko lau pertsona hauek apuntatu dira: Marian Parra (Eitb), Pablo Vidal (Begira), Joxe Rojas (Tokikom) eta Jose Felix Ruiz (Trupp- Euskadiko Publizitate Elkarteak).

Bi urte baino gehiagoko lana gogora ekarri da, maila korporatiboan hartutako konpromiso bat dela planteatuz, erakundeei beren garapenerako behar adina tresna eman zaielarik.

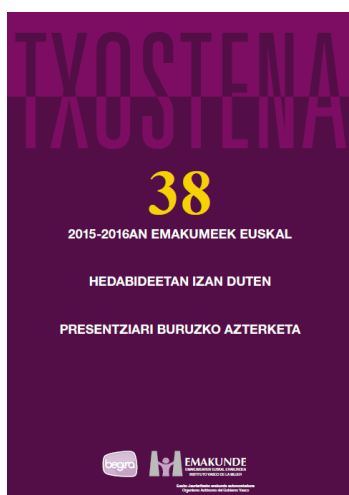
Zentzu horretan, tresnen balioa ez da zalantzan jartzen (Kode Deontologikoa, dekalogoak, check-list-a, gomendioak eta abar), eta beharrezko ikusten dute alde batera utzi ezin den helburu konprometitu bat dagoela nabarmentzea.

4. EAEko komunikabideen eta publizitate-agentzien lehen monitoretzaren emaitzen aurkezpena

KOMUNIKABIDEEN MONITORIZAZIOA. 2016

Simón Peñak, EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultateko Dekanoak, “2015-2015an emakumeek euskal hedabideetan izan duten presentziari buruzko azterketa” txostenaren aurkezpena egin du.

Eztabaida eta hausnarketa



Azterketaren aurkezpenaren ostean, TOKIKOM-ek, Emakunderi jakitera eman dion bezala, bere desadostasuna agertu du aztertutako laginean ez delako kontuan izan Elkarteko hedabide bakar bat ere (beste hedabide pribatu batzuetatik ere adierazi dute beraien komunikabidea ez dutela islatuta ikusten) eta euskarazko hedabideen presentzia eskasa delako. Dena den, Emakunderen erantzuna eskertu dute eta lagina Kodearen atxikipena eta dekalogoak baino lehen egin zela ulertzen dute eta, beraz, ez dela bere nahia hedabideak monitorizatzea, komunikazioa baizik. Zentzu horretan, Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultateko Dekanoak uste du hartutako laginak orokorrean Euskadin aukeratutako uneetan garatu den

komunikazioari buruzko ideia fidagarri bat egiteko balio duela. Dekanoak gogorarazi du ikerketa bera komunikabide ezberdinak autoezagutza- eta autoebaluazio-maila jakin batera iritsi ahal izateko tresna bat dela. Ikerketako metodologia eta aldagaiekin edozein hedabidek bere azterketa propioa egin dezake, eta emaitza orokorrekin alderatu. Dena den, Emakundek errepikatu du tokiko komunikabideetatik sortutako komunikazioaren azterketa egingo dela eta komentatutako gaiak hurrengo azterketarako kontuan hartuko direla.

PUBLIZITATE AGENTZIEN MONITORIZAZIOA. 2016

UNA GESTIÓN Y COMUNICACIÓN aholkularitzako Federico Abreuk genero-ikuspegitik agentzien monitorizaziorako tresna baten diseinu-, inplementazio- eta ebaluaketa-prozesuari buruzko ikerketaren funtsezko elementuak errepasatu ditu: “Euskal Autonomia Erkidegoko publizitate-agentziak genero-ikuspegitik monitorizatzea. 2016.”

Eztabaida eta hausnarketa



Ezinbestekoa da agentziek gizartearen gaur egungo errealitatea islatzea (adibidez, medikuntzan diharduten pertsonen % 70 emakumeak dira, % 60 abokatuak eta % 53k gidatu egiten dute). Hala ere, iragarkiari buruzko azken erabakia bezeroek dutela adierazi dute, nahiz eta garrantzitsua den publizitate-agentziek erabaki estrategiko horietan iragarleak bideratu-hezi ahal izatea.

Egun iragarleek zein agentziek garai bateko publizitate sexista espliziturik ez dutela garatzen eta bultzatzen adierazi dute. Hori dela eta, benetako publizitate berdinzale bat egiteko hurrengo urratsa estereotipoak zalantzan jartzea eta apurtzea da.

5. II. tailerra. Esperientziak partekatzen ditugu: Formakuntza

FAKTORIA LILA-ko Irantzu Varelak publizitate-agentziekin eta komunikabideekin landutako aurrez aurreko formakuntza-lana laburbildu du:

Diagnóstico de los principales obstáculos, resistencias y retos encontrados a lo largo del proceso y de las principales estrategias de resolución de las dificultades.

- Falta de herramientas para aplicar a la práctica la perspectiva de género
- Nivel de sensibilización del público/anunciantes
- Interferencia de la perspectiva de género en el “discurso principal”



Aurkezpenaren ostean 4 lan-mahai antolatu dira, eta honako dinamika hau proposatu da:

Aurkitutako zailtasunei eta konponbiderako estrategiei buruzko esperientziak partekatzeko talde-lana.

- Zein dira ikuspegi ez sexista batetik egunerokotasuneko lana aurrera eramateko aurkitzen dituzuen zailtasun nagusiak?
- Zein estrategia zehatz erabiltzen duzue zailtasun jakin bakoitza gainditzeko?
- Zein tresna beharko zenukete ikuspegi ez sexista batetik zuen eguneroko lanean hobetzeko?

EDUKIAK LANTALDEKA

1. taldea: Emakunde, EHU/UPV, Begira, EITB...

Estrategiak baino zailtasun gehiago aurkitu dira, eta tresnak baino estrategia gehiago.

Zailtasunei buruz:

- Heteropatriarkatuak, matxismoak eta kaskartasunak beti egin izan dena behin eta berriz errepikatzea dakarte. Ez da ulertzen genero-ikuspegia zer den. Gainera, mehatxu bat bezala ikusten da, distortsio bat bezala bizi da, baita kontu-emate bat izango balitz bezala ere. Zentzu horretan iradokizun bat egiten denean jendearen lana epaitzen ari dela ematen du.
- Aurreko arrazoi horiengatik dauden erresistentziak. Hobetzeko aukera bat dela pentsatu beharrean, izaera normatiboa defendatzen da, arau sozialak normalitate bezala hartzea.
- Sarritan erabiltzen den hizkuntzak eta terminologiak solaskidea geldiarazi eta konbentzitu egiten dute. Badirudi erabiltzen den terminologia hain latzagatik baztertu egiten dela.
- Gizartea oso ondo egituratuta dago, eta, horrela, dagoen moduan ondo funtzionatzen duela uste da. Baina batzuetan aldaketak gertatzen dira. Adibidez, horrek guztiak oso ondo funtzionatzen duela eta feminismoak proposatzen duen guztia larregia dela uste duen pertsona horrek bat-batean umeak izaten ditu, eta “katapun” bat ematen dio buruan: pentsatzen hasten da, agian, egia dela formakuntzan beraiek ez direla askotan kontuan hartzen eta diskriminatu egiten dituztela nahiz eta oso onak izan...
- Korporazio edo enpresa batzuetan gauza hauek defendatzen dituztenen bakardadea.
- Gai hauei buruz ematen den diskurtso hegemonikoa baliogabetzeko zailtasuna.

Estrategiei dagokienez:

- Diskurtsoaren egokitzea: hitz batzuek “indigestioa” eragiten badute, beste batzuk erabiltzen ditut.
- Gutxi gorabehera desira antzerakoa duten pertsonengan aliantzak bilatzea.
- Gizonezkoak inplikatzeko, hau ez delako emakumeen borroka bakarrik, baizik eta emakumeak hobeto egoteak gizonezkoak hobeto egotea dakar, eta ez alderantziz.
- Jadanik ditugun tresnak integratzea eta aldatzea.
- Protokolizatzea eta normatibizatzea. Korporazio, agentzia, komunikabide... bezala behin konpromisoa hartu ondoren, “ez ikusiarena” ez egitea.
- Feminismoa gizarterako teoria kritiko eta desiragarri bat bezala aurkeztea eta jardunbide egokiak erakustea.

Eta tresnei dagokienez:

- Formakuntza bakoitzak egiten duen lanarekin lotzea. Enpresa bateko langile batek egiten duen lana eta kontu-zuzendari batek egiten duena ez da berdina, adibidez, ezta ere komunikabide bateko zuzendari batek egiten duena eta oinarritzko idazlari batek egiten duena.

- Formakuntza-pilula horiek kasu batzuetan ematea komentatzen da, eta Fundéuk (Fundéu BBVCA Fundación del español urgente en los medios de comunicación) egiten duen antzeko zerbait egin daitekeela. Horrek kazetariok hizkuntzari eta terminologiari buruz ditugun zalantzak oso azkar konpontzen ditu, eta, gainera, zalantzei zuzendutako foroa metodologia bezala erabiltzen du. Publizitate-agentzientzat oso erabilgarria izango litzateke, jada erabiltzen ez duten kasuetan.

2. taldea: Gaztelaniazko komunikabideak

Hasieratik genero-ikuspegitik lan egin ez dugulako sortzen diren zailtasunak aipatu dituzte talde honetan:

- Gai konplexuak dira. Ez dira matematikak, subjektibotasunaren alorrean sartzen gara, bakoitzaren sentsibiltatean eta bere iritzia besteei inposatzeko gai den pertsona baten izaeran.
- Azkartasuna edozein motako hausnarketaren aurka doa. Lehenengo informazio-iturria beti gizonezkoa da, agenda gizonezkoekin beteta dago. Ondo legoke estrategia bezala emakume adituen agenda bat izatea, eta abar.
- Hizkuntzaren erabilera ez diskriminatzaileak. Beharrezkoa da terminologiari dagokionez eguneratuta egotea eta irizpide zehatzagoak izatea.

3. taldea: Euskarazko komunikabideak

Bildutako guztiak tokiko hedabideak dira, eta horrek egindako azterketa markatu du:

- Oso gutxi gara erredakzioko langileak eta oso harreman estua daukagu lan egiten dugun errealitatearekin.
- Argitaragarria dena edo ez dena lantzeko eta zabaltzeko orduan irizpide ezberdinak ditugu.
- Iturri ofizialeetatik informazioa lortzeko zailtasunak ditugu hedabide txikiak eta “pisu” gutxikoak garelako.
- Hizkuntzaren erabilera ez sexistak alde batera uzten dira euskaraz ez direlako existitzen.

Desiragarria izango litzateke formakuntza praktiko, tekniko eta irizpide argiko bat, baita ere irizpide praktikodun gida bat lantzea, erasoen aurrean, epaiketetan eta abar nola jokatu behar den jakiteko.

4. taldea: Publizitate-agentziak

- Irudien balorazioa, ez bakarrik genero ikuspegitik, dibertsitate sexual, dibertsitate etniko eta erakusten ez diren gaur egungo familia-eredu errealean ikuspegietatik ere bai. Irudi gordailurik sortu gabe -oso garestia litzateke- ea aldatzeko aukerarik dagoen ikusteko zera proposatu dute:
 - Kode Deontologikoa sinatu duten agentziek Sarean konpromiso-gutun bat adostea eta urtero edo bi urtetik behin irudi-bankuak sortzen dituzten hiru enpresa garrantzitsuenetara bidaltzea.

- Beste aukera bat bezeroarekiko harremana litzateke: Sarean agentzia ezberdinekin lan eginez, bezeroekiko harremanean diseinatu beharreko kanpainaren landa-lana zehazteko orduan gai horiek lantzeko balio duen eskuliburu txiki bat eginez.
- Gizartean dauden publiko objektibo erreal ezberdinei buruzko datu estatistikoak erraztea eta eguneratzea, zeintzuk balizko kontsumitzaileak diren. Eta horrek merkatu-ikerketan zentratuta dauden merkatu-ikerketa asko -benetan aniztasuna eta gure egungo gizartea ulertzen ez dutenak- zehazteko balioko luke.

6. Jardunaldiaren itxiera. Eskerrak ematea eta hurrengo urratsak.

Izaskun Landaidak, Emakundeko -Emakumearen Euskal Erakundeko- Zuzendariak, eskerrak eman dizkie bertaratutako guztiei eta 2018an zehar egingo diren prozesu eta bileretan parte hartzen jarraitzeko animoak eman dizkie.