

## ETIKA PUBLIKORAKO BATZORDEA

GAIA: 8/2014

### AKORDIOA, (...) (E)KO ZUZENDARI (...) (E)K ETIKA PUBLIKORAKO BATZORDEARI EUSKO JAURLARITZAREN PUBLIZITATE JARDUERA INSTITUZIONALAREN HAINBAT KONTURI BURUZ EGINDAKO GALDERAREKIN LOTUTA HARTUTAKOA

1.- 2014ko uztailaren 7ko idazkiaren bidez, interesdunak, (...) (e)ko zuzendari eta (...) (e)ko presidentea denak –6/2010 Legean, abenduaren 23koan, Euskadiko Publizitate eta Komunikazio Institutuzionalari buruzkoan, aurreikusita (hemendik aurrera, EPKIL)–, lau kontsulta egin dizkio Etika Publikorako Batzorde honi (hemendik aurrera, EPB) EAeko Administrazio Orokorrak egindako publizitate- eta komunikazio-jardunaren hainbat alderdiri dagokienez.

2.- Aipatutako idazki horren sarreran azaldutako moduan, honek eragin du aipatutako kontsulta egitea: «Legebiltzarreko Talde batzuek zalantzan jarri dute berriki Komunikabideek garatu eta Jaurlaritzak babestutako ekimen jakin batzuekin lotuta Eusko Jaurlaritzak (baita beste herri-erakunde batzuek ere) historian zehar baliatutako hainbat jardunbideren etika». Zalantzan jartzen horrek –diote idazkian– «eztabaida bizia eragin du legebiltzarrean» eta, horri dagokionez, EPBren esku-hartzea eskatu dute.

3.- Herri-administrazioek «komunikabideetan ordaindutako publizitatearen bitartez» herritarrengana iristeko erabili «ohi» dituzten tekniken eta bideen tipologiari buruzko azalpen zehatza egin ostean, aipatutako idazkiak egiaztatu du lege-hutsune bat dagoela publizitate instituzionalari dagokionez indarrean dagoen autonomia-araudian; izan ere, legegileak «ez zituen kontuan hartu herri-erakundeetan dauden eta erabiltzen ditugun publizitate- eta babes-formula guztiak». Aipatutako tipologia horren barruan, bestalde, **iragarki ofizialak, eskelak eta publizitate-kanpainak** daude, batetik, administrazioaren beraren ekimenez egiten direnak, eta **babesak**, bestetik; azken hauetan, aurrekoen aldean, «komunikabideek beraiek [eskaintzen diote] Jaurlaritzari» publizitate-proposamen bat, eta gobernuak hori «aztertzen eta ebatzen du».

4.- Are gehiago zehaztuta, interesdunak adierazi du aipatutako arauan, zeina «publizitate-kanpaina instituzionalak eta komunikazio-kanpaina instituzionalak arautzera mugatzen den [...], ez daudela araututa babesak, hitzarmenak, iragarki ofizialak, eskelak edo komunikabideekin lankidetzan aritzeko bestelako era batzuk».

5.- Horren ondorioz –dio idazkiak– Eusko Jaurlaritzako (...) (e)k «publizitate-kanpaina instituzionalak baino ez ditu jaso, aztertu eta onartu legeak xedatutako moduan». Baina ez

dizkiote irizpena eman dezan aurkeztu, ordea, «hitzarmenak edo iragarki ofizialak, ezta eskelak edo babesak ere». Interesdunak horri dagokionez zehaztu du «tresna horietako bakar bat ere ez» dutela «zehaztu orain arte, eta 2010eko Publizitateari buruzko Legea onartu zuten urtetik aurrera, halaber, ez dituztela jaso urteko legebiltzarrera igortzen duten publizitate-planean, ezta babesak aurkeztu ere Publizitatearen Sail arteko Batzordean».

6.- Aurreko zenbakietan era sumarioan azaldutako oinarriak aintzat hartuta, interesdunak lau kontsulta zehatz egin ditu Eusko Jaurlaritzaren publizitate-jardunbide instituzionalaren beste horrenbeste alderdirekin lotuta; arau-hutsuneak estaltzeko beharreakin eta indarrean jarri zenetik egindako publizitate- eta komunikazio-jarduera (zati bat gutxienez), legebiltzarrean, zalantzan jarri izanarekin dute zerikusirik horiek, idazkian zehaztutakoaren arabera.

7.- Lehenik eta behin, kontsulta-egileak galdetu du «nola jokatu beharko litzatekeen», EPBren iritziz, «etika publikoaren arabera gai honi dagokionez». Eta horrekin lotuta, «jarduera guztiak, bai erakundeen publizitate-kanpainak bai unean uneko babesak, (...)a)k kontrolatzeko» aukera aztertzeko ere eskatu digu, eta irizpena emateko «kontratu, babes eta hitzarmen guztietan Jaurlaritza babesle gisa nahitaez» jasotzeko proposamenaren gainean.

8.- Bigarrenik, interesdunak EPB honen iritzia ere eskatu du 2013ko urteko publizitateari buruzko memorian «publizitate-kanpaina instituzional guztiak, baita iragarki ofizialak, hitzarmenak eta babesak ere», jasotzeko –(...)a)k jada hartutako– erabakiari dagokionez. Hori legez nahitaezkoa ez den arren –zehaztu du idazkiak–, horrela egitea erabaki da, «Jaurlaritzak gardentasunarekin hartutako konpromisoa betetzeko eta oposizioaren Legebiltzarreko taldeek publizitateari buruzko informazio guztia eskuratu eta Jaurlaritza hau kontrolatzeko lana egin ahal izan dezaten». Jaurlaritzak egindako publizitate- eta komunikazio-jarduerari buruz Eusko Legebiltzarrean kontuak emateko betebeharrari dagokionez, halaber, kontsulta-egileak jakin nahi du «publizitate-gastuei buruzko informazio guztia organo legegileari lau hilean behin» igortzea etikoki egokia izateari buruz batzorde honek zer iritzi duen.

9.- Aztergai dugun kontsultak publizitatea kontratatzearen arloan ere eragiten du. «Sailetan publizitateaz aritzen garen eta (...)e)ko kideak garen pertsonok, azken hamabost urteetan», «faboritismo»-salaketak izan diren «komunikabideetako batzuekin inolako kontratu- edo lan-harremanik ez» dugula izan agerian utzi ondoren, eta jarraian, 2013ko memorian «Euskadiko komunikabide nagusiekin eta ez soilik» esandako salaketa horietan aipatutakoekin egindako «babesak ageri direla» gogora ekarri ondoren, batzorde honek honako proposamen honen gainean zer iritzi duen jakin nahi du interesdunak: «aldez aurretik komunikabideren batean lan egin duten eta publizitatea kontratatzeko ardura duten Jaurlaritzako pertsonak aurretik lan-harremana izan duten aipatutako komunikabide horiekin egin beharreko publizitate-kanpainak edo babesak esleitzeko prozesuetan esku hartzeari uko egitea».

10.- Laburbilduz, kontsulta sinatu duen goi-kargudunak galdetzen du ea, «dauden hutsuneak» ikusita, EPB honek egokitzen jotzen duen lege bat garatzea «(...) arau baten bitartez

komunikabideen artean egin beharreko iragarki-banaketa zehazteko», bai eta «komunikabideen arteko publizitate-banaketa helburuak, hartzaileei, prezioei eta publizitate-helburuei dagokienez, arautzeko» ere.

11.- Eusko Jaurlaritzak 2013ko maiatzaren 28an onartutako Etika eta Jokabide Kodearen (hemendik aurrera EJK) lehen tartekiaren 16.3 eta 16.3 paragrafoetan xedatutakoaren arabera, EPBk, Eusko Jaurlaritzaren egoitza nagusian, 2014ko irailaren 19an, bilduta, honako

## **AKORDIOA:**

### **I.- AURREKARIAK**

1.- EJK, Eusko Jaurlaritzaren Kontseiluak 2013ko maiatzaren 28an onartua, politikaren etika-zentzua berreskuratzeko asmoz sortu zen, bai eta herritarrek erakundeengan duten konfiantza berreskuratzeko neurri gisa ere.

Horretarako, Etika eta Jokabide Kodearen asmoa da identifikatzea zer jokabide eta portaera eska dakizkiekeen Eusko Jaurlaritzako goi mailako zuzendaritza betearazleko kide diren kargu publikoei eta antzekoei, haien jardura publikoak eta pribatuak guztiz bat etor daitezen dokumentu horretan aurrez zehaztutako balio, oinarri eta jokabide-estandarrekin. Horren guztiaren helburua da osotasuna eta eredugarritasuna sustatzea, Jaurlaritzaren irudi instituzionala gordez, haren eraginkortasuna sendotuz eta herritarren erakundeenganako konfiantza gutxitu ez dadin ahalegina eginez.

2.- EJKk bost balio ditu ardatz: integritatea, bikaintasuna, politika eta kudeaketa bat etorraraztea, lidergoa eta berrikuntza. Gainera, funtsezko sei printzipio ditu: inpartzialtasuna eta objektibotasuna; kudeaketari lotutako erantzukizuna; gardentasuna eta gobernatze irekia; onestasuna eta desinteres subjektiboa; errespetua eta eredugarritasuna.

Balio eta printzipio horiek ardatz direla, Kodeak hainbat jokabide, jarrera eta portaera jasotzen ditu. Hain zuzen, EPB honek haiek erreferentziatzat hartuta jardun behar du, beren borondatez Kodearekin bat egiten duten kargu publikodunek eta antzekoek zein bere xedapenak eraginkortasunez betetzeko interesa duten gainerako pertsonen helarazitako gai eta zalantza etikoei erantzuteko.

3.- Azken alderdi horri dagokionez, Kodearen 16.3. paragrafoak hauxe zehazten du lehen tartekian: «Etika Publikorako Batzordea izango da oharpen, kontsulta eta iradokizunak jasotzeko eskumena izango duen organoa. Halaber, kode honetan ezarritako aurreikuspenetan

adierazitako egokitzen-proposamenak gauzatzeko prozedura jasoko du». Paragrafo horren beraren laugarren puntuak, halaber, honela zehazten du: «Batzordea arduratuko da kargu publikoek eta antzekoek [...] Etika eta Jokabide Kodearen aplikazioari dagokionez egindako kontsultak ebatzteaz».

## **II.- EPB-K AZTERTZEKO AURKEZTUTAKO GAIA**

1.- Aztergai dugun kontsulta egin duen goi-mailako karguak hauxe hartu du oinarritzat: EPKIL onartu zuenean euskal legegileak «ez zituen kontuan hartu dauden eta herri-erakundeetako komunikazio-arduradunek erabiltzen ditugun publizitate- eta babes-formula guztiak». Eta lege-hutsune horren ondorioz –dio–, jardunbide batzuk errotu dira erakundeen publizitatearen arloan, eta orain, indarrean jarri eta hiru urte eta erdi geroago, Eusko Legebiltzarreko taldeak zalantzan jartzen ari dira horiek. Aipatutako hutsune horren babespean gorpuztu diren administrazio-jardunbideak, kontsulta egiteko baliatutako idazkian ondoriozta daitekeenez, hiru esparrutan gertatzen dira funtsean:

a) Juridikoki publizitate-kanpainak baino ez daude halakotzat identifikatzera behartuta (EPKILaren 5.4 art.); horregatik, ez da beti jardunbide hori ikusten «babes, hitzarmen, iragarki ofizial, eskela edo komunikabideekin elkarlanean aritzeko bestelako moduetan».

b) EPKILEk berariaz eskatzen ez duenez, «hitzarmenak edo iragarki ofizialak, ezta eskalak edo babesak ere» ez dituzte aurkeztu (...) (e)k irizpena eman dezan. [...] «Publizitate-kanpaina instituzionalak baino ez dituzte aurkeztu, aztertu eta onartu legeak xedatutako moduan».

c) EPKILen arabera nahitaezkoa ez denez, «hitzarmenak, iragarki ofizialak, eskalak eta babesak [...] ere ez dituzte zehaztu, 2010ean Publizitateari buruzko Legea onartu zenetik orain arte, publizitatearen urteko memoria », ezta «urtero legebiltzarrera igorritako publizitate-planear» ere.

2.- Ez dagokio EPBri jarduera administratiboaren legezkotasunaren gaineko epairik emateko ardura. Hauxe da aginduta duen eginkizuna: irizpena ematea EJKrekiko borondatezko atxikimendua formalizatu duten kargu publikoek eta antzekoek hori betetzen duten. Epaileek eta auzitegiek ebatziko dute, hortaz, dagokionean, Eusko Jaurlaritzako kargu publikoen jardunak antolamendu juridikora egokitzen diren, batzorde honek jardun horiek EJKren aurreikuspenekin bat datorrela erabaki edo ez.

3.- Aurrekoak ez du esan nahi, halere, legea betetzeak zerikusirik ez duenik kargu publikoen jokabide etikoarekin eta, ondorioz, faktore hutsala denik batzorde honek aginduta duen eginkizuna egoki betetzeko. Aitzitik, legea betetzea oinarritzko arau etikoa da, kargu publiko

orok bete beharrekoa; arau etiko hori, gainera –erabaki honetan zehar ikusiko denez–, ez zaio arrotz EJKri, eta ahalegin handirik gabe hauteman daiteke bere aginduen artean.

4.- Izan ere, EJK-k agindu eta/edo debekatutako jarrera eta jokabide asko antolamendu juridikoak oro har ezarritako jokabide-estandarrei erreferentzia eginez zehazten dira. Hau da, era autonomoan zehaztu beharrean, legean ezarritakora igortzen du kodeak, onargarriztat eta/edo gaitzesgarriztat jotzen dituen portaerak zehazteko. Horixe gertatzen da, adibidez, honako paragrafo hauetan: **5.2.2** –legez aurreikusitako [kargugabetzea dakarten kontuak emateko] kasuei buruzkoa; **5.2.3** –informazio publikoaren betebeharrari buruzkoa, «legeek salbuespenez horrela xedatzen dutenean» baino ezin dena mugatu–; **6, 3 puntua** –«indarreko arau-esparruan babestuta ez dauden» norberaren edo hirugarrenen aldeko abantailei buruzkoa–; **11.3** –«Legeak izan litezkeen interes-gatazkei buruzko jokabideekin lotuta ezarritako betebeharrari buruzkoa»–; **11.3, 7 puntua** –kargu publikoa izan aurretik edo ondorengo jarduerekin lotuta «legeak arautuko dituen» interes-gatazkei buruzkoa–; **13, 2 puntua** –gardentasun-printzipioa bete beharrari dagokionez legeek aurreikusten dituzten murrizketei buruzkoa–; **13, 4 puntua** –herritarrek administraziora jotzeari buruzkoa, legeek ezarritako mugekin eta «dagokion legedian aurreikusitako» zaindu beharreko datu pertsonalak errespetatuta–; **14, 2 puntua** –arduraldi oso eta eskusiboko kargu publikoen jarduerari buruzkoa, aplikatu beharreko legedian xedatutako moduan–; **14, 7 puntua** –legez aurreikusitako diskriminazio positiboko kasuei buruzkoa–.

5.- Baina, gainera, Gobernu Kontseiluak EJK onartzeko hartutako erabakiak, zioen azalpen gisa ere baliagarri zaionak, agerian uzten du bere paragrafoetan ez bada jaso «legezko edo arauzko betebeharren erreferentziarik, hau da, horretarako ematen diren legeetan edo araudietan nabarmendu beharko diren antolamendu juridikoaren ondoriozko eskakizunak zorrozki bete beharraren erreferentziarik», ez da izan kodean ezarritako estandar etikoek legeak bete beharra jasotzen ez dutelako; aitzitik, hain agerikoa denez, «ez da egokitzat jotzen» hori nabarmentzea. Testuak berak horri dagokionez aurrerago zehazten du, halaber, «jakintzat ematen dela legezko eskakizun horiek (baita Zuzenbide Penalari edo Zehatzaileari dagozkionak ere) ezinbestean daudela kargu publikoak arduradun publiko gisa eta, dagokionean, herritar gisa dituen legezko betebeharren artean».

6.- Horiek horrela, EJK-k zehaztutako jokabide etikoaren atalaseak segurutzat jotzen ditu Eusko Jaurlaritzaren goi-mailako karguek eta antzekoek legeak betetzea. Eta oinarritzko plataforma hori, herritar guztiek dutena, ardatz hartuta, hainbat jarrera eta jokabide zehazten ditu, legez daudenak baino zorrotzagoak direnak. Era horretan, gehigarri etiko bat da hori, juridikoki eskatzerik ez dagoena –legean berariaz jasota ez baitago–, baina bai ageri dela kodearekin bat egiten duten pertsonak onartutako konpromiso politikoaren barruan; hortaz, EPB honek hori betetzen den aztertu eta ebaluatu ahal du, bai eta, hala badagokio, horren gaineko irizpena eman ere.

Oinarrizko legezko eskakizunaren eta eskakizun etiko gehigarri edo osagarriaren arteko harreman-eredu hori grafikoki islatuta dago EJKren 13. paragrafoaren 2 puntuan; bertan, publizitate aktiboaren printzipioaz ari denean, xedatzen du hori betetzeko konpromisoa hartu duten kargu publikoak, legezko betebeharrak bete ez ezik, gardentasun gehigarri bat ematen ere saiaturiko direla beren ekintzetan eta beren sailen edo erakundeen kudeaketa-politika edo -jardueretan.

7.- Hala bada, EJKren jokabideak legean ezarritakoarekin lotuta zehazten direnean (eta horrela gertatzen da 4 paragrafoan bildutako kasuetan), bat datoz estandar etikoa eta juridikoa; estandar etikoa legean zehaztutakoa baino zorrotzagoa denean, lehena betetzeak ez du legea betetzetik salbuesten, baizik eta jakintzat jotzen duela; eta, azkenik, kasu zehatzen batean EJK-k eskatutako muga legearen azpitik badago, azken hori ezarri beharko litzateke, ez bailuke zentzurik jarraibide etiko batek kargu publikoei antolamendu juridikoa ez betetzen uzteak.

8.- Aztergai dugun kontsultan aipatutako lehen gaiak EPKIL betetzearekin zerikusirik duenez, komeni da herri-administrazioen publizitatearen eta komunikazioaren arloan indarrean dagoen esparru juridikoa aztertzea –azaletik bada ere eta, beste behin ere, administrazio-jardueraren legezotasunaren gaineko irizpena ematea ez dela EPB honen xedea argi utzita–, interesdunaren idazkian aipatutako publizitateko jardunak, arlo horretan indarrean dagoen antolamendu juridikoan defendatzeko moduko interpretazioa eginda, legean babestuta dauden egiaztatzeko. Horrela baino ezin baita babestu ez dutela legez kanpo nahita jardun eta, ondorioz, kargu publikodunari legearen arabera jardutea eskatzen dion oinarrizko arau etikoa nahita eta jakinaren gainean ez dutela urratu. Hori guztia, jakina, epaileek eta auzitegiek, hipotetikoki aztergai dugun gaiaren berri jasoz gero, gaiaren gainean emango luketen ebazpenari kalterik egin gabe.

9.- EPKIL argi eta garbi oinarrituta dago Estatuko 29/2005 Legean, abenduaren 29koan, Publizitate eta Komunikazio Institutuzionalari buruzkoan (hemendik aurrera, EL), eta horren oinarrizko eskema bera du, pasarte asko hitzez hitz kopiatuta. Aski da bi arau horiek azaletik alderatzea hori egiaztatzeko.

10.- Oinarrituta dagoen arauak zehaztutako bideari jarraituta, EPKIL «kanpaina instituzionala»ren kontzeptu nagusiaren inguruan dago eratuta. Hala, 1. artikulua dio legearen xedea dela «publizitate- eta komunikazio-kanpaina instituzionalen araubide juridikoa ezartzea». Eta hasierako aurreikuspen honekin bat etorritik, bere aplikazio-esparruko herri-administrazioek sustatutako publizitate-kanpaina instituzionalak araubidetzen ditu arauak, gehienbat, xedapen-zatian: kanpaina instituzionalak definitzen ditu (3. art.); bete beharreko eskakizunak ezartzen ditu (4. art.); errespetatu behar dituzten debekuak ezartzen ditu (5. art.); eskuragarritasuna zehazten du (6. art.); herritarrek horiei dagokienez dituzten bermeak eratzen ditu (8. art.); horiek kontratatzeko modua araubidetzen ditu (9. art.), eta bete behar duten hizkuntza-araubidea antolatzen du (10. art.).

Arau osoak, ikus daitekeenez, «kanpaina instituzionala»ren oinarritzko kontzeptua du ardatz. (...)e)k hauek hartzen ditu eginkizun nagusitzat, halaber: kanpaina instituzionalak ebaluatzea (12.2.c art.); urteko plan bat egitea, «aurreikusten diren kanpaina instituzionalak jasotzeko bertan» (13.1 art.), eta urteko txosten bat egitea, «bertan aurreko urtean egindako kanpaina instituzional guztiak jasotzeko» (12.2.d art.). Are gehiago, «urteko planean aurreikusita ez daudelako» nahitaez jakinarazi beharreko publizitate- eta komunikazio-ekintzen erreferentzia ere kanpainaren nozioari erreferentzia eginda dago zehaztuta.

11.- Ez da hori, halere, publizitate eta komunikazio instituzionala araubidetzen duten – Estatukoaren aurreko eta ondorengo– autonomia-legeetan dagoen joera. Horietako gehienak ez dira mugatzen, Euskadikoa bezala, herri-erakundeek sustatutako publizitate-«kanpainak» arautzera, publizitate-gertaera instituzional osoa baizik. Eginkizun hori zabalagoa eta asmo handiagokoa da; izan ere, Euskadiko arauak ardatz duen «kanpaina»ren nozioa oso handia izanik ere, nekez hartuko ditu barnean unean uneko jarduerak, denboran luzatu beharrean, ekintza bakar eta isolatu batean agortzen direnak, are gehiago, gainera, horiek planifikatu gabeko edo planifikatu ezin diren jarduerak badira.

Autonomia-arau gehienek horri dagokionez darabilten irizpide hedakorra ezagutzeko, aski da xedea zehazten duten artikulua begiratzea. Kataluniako 18/2000 Legeak, abenduaren 29koan (hemendik aurrera, KL), hauxe du xedetzat: «komunikazio publikoaren barruan [...] publizitate-kontratuen, publizitate-hedapenaren, publizitate-sorkuntzaren eta babesaren bidezko publizitate instituzionala arautzea» (1. art.). Aragoiko 16/2003 Legeak, martxoaren 24koak (hemendik aurrera, AL), xedetzat du «Aragoiko herri-administrazioen publizitate instituzionala, publizitate-kontratuen, publizitate-hedapenaren, publizitate-sorkuntzaren eta babesaren bitartez, arautu behar duten printzipio orokorrak finkatzea» (1. art.). Andaluziako 6/2005 Legeak, apirilaren 8koak (hemendik aurrera, AnL), hauxe du xedetzat: «publizitate-kontratuen, publizitate-hedapenaren, publizitate-sorkuntzaren eta babesaren bitartez egindako Andaluziako herri-administrazioen publizitate-jarduera arautu behar duten printzipio orokorrak ezartzea» (1. art.). Asturiasko 6/2006 Legeak, ekainaren 20koak (hemendik aurrera, AsL), «kanpaina gisa edo horretatik kanpo sustatu edo kontratatutako komunikazio instituzionala» arautzen du. Gaztela eta Leongo 4/2009 Legeak, martxoaren 28koak (hemendik aurrera, GLL), horrez gain, 1. artikuluan adierazitako subjektuek «garatutako publizitate instituzionala» ere arautzen du, publizitatetzat hau hartuta (2. art.): «edozein bide eta ordaindu edo lagatako euskarriak erabiliz egindako komunikazio publiko oro, herritarrei beren helburu eta jarduerekin lotutako interes publikoko mezuak helarazteko».

Valentziako 7/2003 Legeak, martxoaren 20koak (hemendik aurrera, VL) xedea zehazteko orduan erreferentzia orokor bat ere egiten dio «publizitate instituzionalaren erregulazioari» (1. art.), baina arauak berak publizitate instituzionalaren kontzeptua mugatzen du jarraian, bai eta hori honela definitzen ere: Valentziako Erkidegoko erakunde zein administrazio publikoek eta gainerako entitate publikoek 2. artikuluan adierazitako xedeekin «egindako kanpainen»



bitartez egindakoa. Horrenbestez, legeak berak, hasierako aldarrikapen orokorra gorabehera, «kanpainetara» birbideratzen du aplikazio-esparrua. Horrek ez du eragozten, hala ere, bere manu batzuek berariaz zehaztea kanpainei aplikatu beharreko arauak horietatik kanpo egiten diren publizitate-ekintzei ere aplikatu behar zaizkiela; eta agerian uzten du horrek idazleen iritziz publizitate-bizitarik egon badagoela kanpainetatik beraietatik kanpo. Hala, adibidez, 6.2 artikuluan jasotako araua (ohiko publizitate instituzionalean «erakundearen duintasunarekin bateragarriak ez diren hedabideak» erabiltzea saihestera behartzen du horrek, edo «balio konstituzionalak edo giza eskubideak urratzen edo urratzea babesten duten jarrera edo jarduerekin bat datozenak edota indarkeria, arrazakeria edo giza duintasunaren aurkako» bestelako jokabideak sustatzen edo bultzatzen dituztenak), espresuki errepikatzen du berriro 8. artikulua «babes bidezko publizitatea»rekin lotuta. Horrek esan nahi du legegileak ez duela «babes bidezko publizitatea» parekatzen «kanpainen bitartez» egindako publizitate instituzionalarekin, eta, gainera, horretatik berariaz bereizi ere egiten duela.

12.- Arloan indarrean dauden autonomia-arau gehienek xedea definitzeko orduan publizitate instituzionalaren kontzepzio oso bat hartzen dute oinarritzat, eta horren barruan, printzipioz, interesdunaren idazkian adierazitako tekniken eta bideen tipologia guztia sartzen da, herri-administrazioek «komunikabideetan ordaindutako publizitatearen bitartez herritarrengana iristeko» erabili «ohi» dituztenak, alegia; EPKIL, baina, kanpaina instituzionalak arautzera mugatzen da, horiek baitira, ziur aski, garrantzitsuenak eta publizitate-jarduera instituzional osotik baliabide publiko gehien hartzen dituztenak, baina ez dira esparru honetan erabili daitezkeen teknika bakarrak, inola ere.

Legegile autonomikoaren ustez publizitate-jarduerarik egon badago kanpainetatik harago, eta hori argi eta garbi uzten du AsLak; izan ere, 1. artikuluan adierazten du bere manuak kanpaina gisa edo horretatik kanpo sustatu edo kontratatutako komunikazio instituzionalean aplikatu behar direla. AsLa ELaren ondorengoa da kronologikoki, eta Euskadikoa, ikusi dugun moduan, «kanpaina instituzionalen» kontzeptuaren inguruan dago eratuta. Hala ere –edo horregatik hain zuzen ere–, Estatuko legeak zehaztutako eredia gorabehera, Asturiasko legegileak agerian utzi nahi izan du komunikazio instituzionala «kanpaina gisa edo horretatik kanpo» sustatu edo kontratatu ahal dela, eta argi utzi nahi izan du bere manuak bi modalitateei aplikatzen zaizkiela.

13.- Euskadiko legegileak legea kanpaina instituzionalaren nozioaren inguruan eratzeko egindako hautuak euskal instituzioen publizitate- eta komunikazio-ekintzaren zati bat uzten zuen –edo utz zezakeen– haren aplikazio-eremutik kanpo. Hori argi ikusten da urteko plan batean sartzeko alde aurretik planifikatu beharreko kanpaina baten esparruan sartzerik ez duten edo nekez sartzeko diren publizitate-jarduerari dagokienez –esate baterako, eskelak edo ekitaldi edo gertakari zehatzekin lotuta *ad hoc* eskatutako unean uneko babesak–, eta, horrez gain, Gipuzkoako Publizitate Enpresen Elkarteak berariaz ere nabarmendu zuen PKIL egiteko



prozesuan; izan ere, aurreproiektuan jasota ez zeuden alderdien artean babesaren modalitatea zegoela adierazi zuen (Donostian, 2009ko azaroaren 13ko datatutako idazkia).

Aurreproiektuaren izapideak dokumentatzen dituen espedienteak ez du zehazten zergatik eutsi zioten hasierako testuari, aipatutako elkarteak egindako ohartarazpena aintzat hartu gabe. Baina alegazioak agerian uzten du sektoreko profesionalen ikuspegitik aurreproiektuaren jatorrizko testuak hutsune bat zuela eta, ondorengo izapideetan, hura ez betetzea erabaki zuten Jaurlaritzak eta Eusko Legebiltzarrak.

14.- Horiek horrela, defenda daiteke arautu beharreko xedearen bizkarrezur gisa «kanpaina instituzionalak» aukeratuta, EPKILEk aplikatzeko esparru materialetik kanpo utzi zituela –edo uztea onartu zuela– ezaugarriengatik «kanpaina»ren kontzeptuaren barruan sartzea ezinezko edo nekez duten publizitate-ekintza guztiak –hala nola eskelak edo komunikabideek beraiek eskatuta garatutako unean uneko babesak–. Edo beste era batera esanda, nekez defenda daiteke kontsulta egin duen pertsonak azaldutako publizitate- eta administrazio-jardunbideak arau argi, ageriko eta eztabaida ezinezko bat argi eta garbi urratzea dakarrenik; izan ere, arrazoizko zalantza bat dago, gutxienez ere, EPKILen «publizitate- eta komunikazio-kanpaina instituzional»ei buruzko arauen aplikazio-esparru materialaren gainean eta, zehazki, unean uneko eta bat-batean sortutakoak direlako edota komunikabideek beraiek sustatutakoak direlako «kanpaina»tzat hartzea ezinezko edo nekez duten publizitate-ekimenei horrelakoak aplikatu ahal izateari dagokionez.

15.- Interesdunak idazkian dio, halaber, orain arte, (...) «publizitate-kanpaina instituzionalak baino ez» dituela ezagutu, aztertu eta onartu «legeak xedatutako moduan». Horrek esan nahi du, adierazten duenez, organo honek irizpena emateko ez dituztela aurkeztu «hitzarmenak edo iragarki ofizialak, ezta eskelak edo babesak ere». Are gehiago, kontsultak gogora ekarri du tresna horiek ez dituztela zehaztu orain arte eta 2010eko Publizitateari buruzko Legea onartu zen urtetik publizitatearen urteko memorian, eta aurreikusi ere ez direla egin legebiltzarrerara igorritako publizitate-planeari, ezta babesak planteatu ere Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordean. Plano enpiriko batean berretsiz gero, adierazpen horiek agerian utziko lukete, EPKILen aplikazio-esparru materialarekin lotuta ikuspegi guztiz juridiko batetik norberaren iritzia alde batera utzita betiere, araua betearazteko orduan, indarrean hasi zenetik bertatik, haren aginduak kanpaina instituzionaletara mugatzen direlako ideia nagusi izan dela –publizitate zein komunikazio arlokoetara–, eta haren aplikazio-esparru materialetik kanpo gelditu dira, ordea, kanpainetatik kanpo garatutako publizitate- eta komunikazio-jarduerak.

16.- Hori guztia hobeto dokumentatzearen, indarrean jarri zenetik EPKIL nola aplikatu den, alegia –betiere, berriro diogu, haren irismenari eta aplikazio-esparru materialari buruz hartzen den jarrera juridikoa alde batera utzita–, EPB honetako idazkaritzak, 2014ko uztailaren 18an, interesdunari bide elektronikoz eskatu zion «planteatutako kasua ebazteko interesgarria izan litekeen dokumentazio guztia» aurkezteko; eskaera horren bidez, funtsean, adibide zehatzak

nahi genituen froga bidez egiaztatu ahal izateko hark egindako adierazpena; hau da, 2011, 2012 eta 2013an Euskal Autonomia Erkidegoko administrazioaren publizitate-jarduna, guztiz edo neurri handi batean, aurreko puntuetan adierazitako oinarri juridikoaren arabera gauzatu dela, EPKIL materialki «kanpaina»tzat har daitezkeen publizitate-jardueretara soil-soilik aplikatzen dela, alegia.

EPKILaren I kapitulua, 2.2 artikulua xedatutakoaren arabera, «Eusko Legebiltzarrari, haren mendeko organo eta mandatariei, batzar nagusiei eta gainerako euskal administrazio publikoei, foru- eta toki-administrazioei, haien partzuegoei eta bakoitzaren sektore publikoa osatzen duten gainerako erakundeei», aplikaziokoa ere badenez, eskaera horren bidez, ahal zen neurrian, EAeko Administrazio Orokorretik kanpoko erakundeek, profil hori betetzen dutenek, garatutako publizitate-jarduerak ere dokumentatu nahi ziren.

17.- 2014ko uztailaren 22ko posta elektronikoaren bidez, «lehen informazio-igorpen bat» egin zion interesdunak EKBri alderdi horiek dokumentatzearen. Aurkeztutako dokumentazioa ez zen osoa; aitzitik, «aurrerago datu osagarriak ematea baztertu gabe» egin zuen. Ondoren, uztailaren 29an, informazio hori handitu zuen Gasteizko Udalak ordaindutako erreportajeei eta *El Correo* egunkariari «2010eko otsailaren 19ko gehigarrian informazioa txertatzeagatik» egindako ordainketei buruzko datu berriak emanez, baina ez dago inon jasota argitaratutako orrialdeak eta modua.

Lehen postaren eranskinen artean, halaber, 2011ko urtarrilaren 25etik –EPKIL urte horretako urtarrilaren 1ean jarri zen indarrean– eta 2013ko abenduaren 23ra arte egindako (...)e)ko lan-saioen aktak ere badaude, eta berariaz jakinarazi da «2011 eta 2012ko akta sinaturik ez» dagoela, eta EPBra igorritako aktak «Batzordeko kideei igorritakoak» direla. Hori muga bat bada ere –hots, (...)e)k igorritako akta guztien zerrenda ofizial, oso eta seriatu bat, behar bezala legezkatuta dagozkion sinaduren bidez, ez dagoenez, ezin dugu jakin aztertutako horiek dauden akta guztiak diren edo zati bat bakarrik, eta horrek ondorio guztiz fidagarriak ateratzea zailtzen du–, ez dirudi egokia denik haien edukia ez aztertzea, Eusko Jaurlaritzak EPKIL indarrean jarri zenetik gauzaturako publizitate-jardunbideari buruzko informazio-iturri nagusia baitira oraindik.

18.- Jasotako dokumentazioaren arabera, (...)e)k **bederatzi** lan-saio egin zituen 2011n (urtarrilak 25; otsailak 8; martxoak 11; maiatzak 19; uztailak 14; irailak 16; urriak 19; azaroak 24, eta abenduak 15), **zortzi** 2012an (urtarrilak 12; otsailak 14; martxoak 20; maiatzak 15; ekainak 8; uztailak 19; urriak 17, eta azaroak 20) eta **hamahiru** 2013an (urtarrilak 14; otsailak 18; martxoak 18; apirilak 15; maiatzak 13; ekainak 12; uztailak 8; irailak 16; urriak 21; azaroak 11; azaroak 18; abenduak 2, eta abenduak 23).

19.– Aktak aztertuta, deigarri gertatzen da oso desberdinak direla, hala formaren aldetik nola, batez ere, edukiei dagokienez. Agerikoa da ez dutela metodo eta diseinu bera. Horietako batzuetan aztertutako kanpainak zehaztasun handiz azaldu dituzte; hala, haien datu teknikoak

zehatz-mehatz adierazita daude, dela aktaren testuan, dela eranskinetan. Beste batzuetan, aldiz, organoak aztertutako kanpainen izenak baino ez dituzte jaso, haien ezaugarri teknikoiei buruzko daturik eman gabe. Azken horien artean, izugarri laburrak dira batzuk. Gai-zerrendan jasotako gaien berri baino ez du ematen 2011ko maiatzaren 19ko aktak, eztabaiden gaineko informaziorik gehitu gabe, horrelakorik egon bazen, ezta hartutako erabakien gainekorik ere, baten bat hartu bazen, ez baitu horri buruzko deus esaten. Hura bezain laburra da 2011ko uztailaren 14koak, hauxe baino ez baitu adierazten: «Gai-zerrendan adierazitakoaren arabera garatu dira parte-hartzeak. Ez dago nabarmendu beharreko ezer». Urte horretako irailaren 16koak, berriz, hau baino ez du jakinarazten: «adierazitako sail eta erakundeen komunikazio-arduradunek beren kanpainak aurkeztu dituzte bileraren gain-zerrendan ezarritakoaren arabera», baina oraingoan aktak hainbat eranskin ditu, eta gai-zerrendan jasotako kanpaina batzuk zehaztasun handiagoz daude azalduta horietan.

20.– Edukiarekin jarraituta, harrigarria ere bada 2013ra arte horietako bakar batek ere ez duela aipatzen publizitate instituzionalaren antolamenduan EPKILEk oinarritzotzat hartzen duen dokumentu baten onespren formala egin izana; Publizitate eta komunikazio instituzionalaren urteko plana, alegia, Legearen 13. artikuluan arautua. Eta «[EPKILEn aplikazio-eremu subjektiboan jasotako sailek eta gainerako erakunde eta organoek] garatu asmo dituzten kanpaina instituzional» guztiak jaso behar ditu plan horrek. Dokumentu horren onesprenaren gaineko erreferentziarik ez egotea datu adierazgarria da; izan ere, EPKILEn 14. artikulua arabera, «salbuespenez, eta [...], ezustean sortutako arrazoiengatik, publizitate eta komunikazio instituzionalaren urteko planean aurreikusi gabe dauden publizitateko eta komunikazioko kanpaina instituzionalak egin beharra izaten denean», (...) (a)ri jakinaraziko dio, gehienez bost eguneko epean txosten «nahitaezko eta ez-lotesle» bat egin dezan. Horrek esan nahi du aztertutako urteren batean ez bada benetan urteko planik onartu, irizpena emateko aurkeztutako kanpaina guztiak «ezustean sortutako arrazoiengatik» garatutako albuespenezko kanpainak izan zirela, eta txosten «nahitaezko eta ez-lotesle» bat eskatzen zuten horrek.

21. Aktak irakurrita, ondorioztatu daiteke (...) (a)k ez zuela zegokion Publizitate eta Erakunde arteko komunikazioaren Urteko Plana egin 2011n. Urte hartako azaroaren 24an, organoaren arduradunak lehendabizikoz azaldu zien kideei beren lana (itxitako urtearen) Memoria batean eta Ekintza Plan batean (hasiko den ekitaldirako jarduerak aurreratuta) jaso behar zela. Esan zien «2012ko urtarrilerako prest egotea» espero zuela eta laguntza eskatu zien Sailei, «bi dokumentu horiek osatzeko beharrezko informazioa eman zezaten». Alabaina, eskaera egin zen data aintzat hartuta, pentsatzekoa da ez zela 2011ko urteko planaz ari, urtea amaitzeaz zenez –hau da, ziur aski, Memoria osatzeaz ari zen–, 2012 urteari zegokionaz baizik.

Hala ere, 2012ko Urteko plana egin eta onartu zenaren gaineko egiaztapenik ez da aurkitu aktetan. Urte horretako urtarrilaren 12an, Batzordearen presidentek berriz ere eskatu zuen «sailen laguntza, 2011ko Memoria eta 2012ko Plana osatzeko». Are gehiago, 2012ko otsailaren

14an, beste behin ekarri zuen gogora beharrezkoa zela aurkeztea «hurrengo urteko Publizitate Plan bat; hau da, hurrengo ekitaldian sailek egingo duten publizitate-jardueraren gutxi gorabeherako zenbatespena (Gobernuaren aurrekontuetan ez baitago publizitate-partida bat izen horrekin, inbertsio hori kontzeptu “abstraktuago” batzuen barruan dagoelako, hala nola, zabalkundea, sustapena, eta abar). Zenbatespen hori egiten bada, oso erabilgarria izan daiteke, tresna bat egongo delako, besterik ez bada ere, egin beharreko kanpainen helburu eta misioei buruz informazioa emango duena».

Edonola ere, hurrengo aktek ez dute jasotzen eskatutako dokumentuak aurkeztu izanari eta, horrenbestez, 2012ko Ekintza-plana onartzeari buruzko aipamenik. Hala eta guztiz, interesdunak idatzietako baten bidez jakinarazi duenaren arabera, 2012ko uztailaren 4an igorri zuen dokumentua Gobernu Idazkaritzara, Gobernu Batzordearen 2012ko uztailaren 17ko gairerendari sartzeko. Dena dela, Plana ez zen bidali Legebiltzarrera. Ziur aski, lehendakariaren hauteskundeak aurreratzeko abuztuaren 21eko iragarpenarekin behin betiko amaitutzat jo zelako legegintzaldia.

Bestalde, aktetan jasota dago 2013 urteari zegokion Urteko Plana osatu zela. 2013ko maiatzaren 13ko bileran, Batzordearen presidentek gogorazi zuenez, «bertaratuek ekaina baino lehen jakinarazi behar dituzte 2013 honetarako kanpaina-proiektuak». Hala, uztailaren 8ko bileraren aktan, bilera amaitutzat jotzeko, honakoa ageri da: «(...)e)k 2013 urterako publizitate-plana aurkeztu die bertaratutako batzordekideei. Jakinarazi die egin ditzatela egin beharreko aldaketak, behin-behineko plana denez». Urte horretako irailaren 25ean bidali zen aipatutako plana Legebiltzarrera. Azkenik, interesdunak azaldu duenez, 2014ko urteko plana ekainaren 23ko bileran onartu zuen Batzordeak eta hil bereko 27an bidali zen Legebiltzarrera.

22.- Aktak tentuz irakurrita, lan-saioetan aztertutako gaiak zeintzuk izan ziren hauteman daiteke. Ia eskusiboki, Eusko Jaurlaritzaren Sailek eta sailon mendeko erakundeek bultzatutako publizitate- eta komunikazio-kanpaina instituzionalak izan zituzten hizpide. Kanpaina horiek bi bereizgarri komun izan zituzten:

a) Erakunde publikoek beraiek sortu eta planifikatu zituzten, ez babesa eskaini zieten komunikabideek aginduta.

b) Ez ziren ekintza solteak izan, egun, aste edo hilabete batzuetan zehar indarrean egotekoak baizik. Horretarako, komunikazio-bide eta -teknika asko eta asko baliatu ziren, kasuan-kasuan desberdinak zirenak: gutunak, diptikoak, iragarkiak, *display*-ak, eskuorriak, *rich banner*-ak, kartelak, *street* marketina, markesinak, *mailing*-ak, iragarkiak, web gunek eta sare sozialak, telebistako *spot*-ak, irrati-iragarkiak, etab.

23.- 2011n, (...)a)k honako kanpaina hauen berri izan zuen: Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerkuntza Sailak proposatutako **Euskal Eskola Publikoan online matrikulatzeko eta aurrematrikula egiteko** kanpaina, urtarrilaren 23tik otsailaren 10era artekoa; Ingurumen,

Lurralde-plangintza, Nekazaritza eta Arrantza Sailak proposatutako **«Behi haragia, elikagai zoragarria» kanpaina**, otsailaren 9tik apirilaren 11ra artekoa; Herrizaingo Sailak proposatutako **«Zure arinkeriak guztion kalterako dira» kanpaina**, otsailaren 4tik 15era artekoa; Emakunde Emakumearen Institutuak proposatutako **«Emakumeen Nazioarteko Eguna» kanpaina**, martxoak 8ren harira, otsailaren 28tik martxoaren 13ra artekoa; Herrizaingo Sailak proposatutako **«Ez izan konplize» genero-indarkeriaren aurkako kanpaina**, martxoaren 15etik 25era, irailaren 28tik urriaren 10era eta abenduaren 20tik 31ra artekoak, baliatutako komunikabideak gorabehera; Herrizaingo Sailak proposatutako **«011 trafiko-informazioarako telefonoa» kanpaina**, zehaztapenik gabekoa; Herrizaingo Sailak proposatutako **gidatu bitartean alkohol-kontsumoa prebenitzeko trafiko-kanpaina**, zehaztapenik gabe; Herrizaingo Sailak proposatutako **hirigunean gidatzeari buruzko sentsibilizazio-kanpaina**, zehaztapenik gabe; Herrizaingo Sailak proposatutako **«Haurrak ere biktimak dira» genero-indarkeriaren aurkako kanpaina**, zehaztapenik gabe; Kultura Sailak proposatutako **«Administrazioan euskaraz» kanpaina**, zehaztapenik gabe; Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerkuntza Sailak proposatutako **Lanbide Heziketan matrikulatzeko kanpaina**; Herri Administrazio eta Justizia Sailak proposatutako **«Zuzenean, herritarren arretarako zerbitzua»**, urriaren amaieratik azaroaren amaierara artekoa; Enplegu eta Gizarte Gaietako Sailak proposatutako **«Beti-ON» telelaguntzako zerbitzu publikoari buruzko kanpaina**, irailaren 19tik urriaren 6ra artekoa; Enplegu eta Gizarte Gaietako Sailak proposatutako **«LANBIDE» kanpaina**, irailaren bigarren hamabostaldian egitekoa; Osasun Sailak proposatutako **gripeari buruzko kanpaina**, zehaztapenik gabe; Ingurumen, Lurralde-plangintza, Nekazaritza eta Arrantza Sailak proposatutako **Ekobeira, birziklatzeko premiari buruzko kanpaina**, 2011ko urritik 2012ko urtarrilera artekoa; Ingurumen, Lurralde-plangintza, Nekazaritza eta Arrantza sailak proposatutako **Lehen-sektorearen aldeko kanpaina**, zehaztapenik gabe; Kultura Sailak proposatutako **euskal kultura-ondareari buruzko sentsibilizazio-kanpaina**, iraunaldia zehaztu gabe; Industria, Merkataritza eta Turismo Sailak proposatutako **Merkataritza bikainaren kanpaina**, zehaztapenik gabe; Herri Administrazio eta Justizia Sailak proposatutako **Giza eskubideen Nazioarteko Egunari buruzko kanpaina**, azaroaren 24tik abenduaren 10era artekoa; Enplegu eta Gizarte Gaietako Sailak, Matia Fundazioarekin elkarlanean, proposatutako **zaharren tratu txarren aurkako kanpaina**, hilabete batekoa, urriaren 17an hasita; Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerkuntza Sailak proposatutako **«Hezkuntza gehiago da» kanpaina**, 20 segundoko 493 pasaldi telebistan eta 20 segundoko 640 pasaldi irratian egitekoa; Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerkuntza Sailak proposatutako **etengabeko prestakuntzari buruzko kongresu baterako kanpaina**, azaroaren 7tik 9ra artekoa; Kultura Sailak proposatutako **Kultura Bonoaren kanpaina**, 2011ko abenduaren 12tik 2012ko urtarrilaren 5era artekoa; Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerkuntza Sailak proposatutako **Euskal Eskola Publikoaren difusio-kanpaina**, 2012ko urtarrilaren 30etik otsailaren 10era artekoa; Enplegu eta Gizarte Gaietako Sailak proposatutako **guztiok erantzukidetasunez jokatzeko kanpaina**, 2011ko abenduaren 12tik 2012ko urtarrilaren 8ra artekoa, Eguberri astean izan ezik.

24.- 2012an, aktak ikusita, honako kanpaina hauen berri izan da: Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerkuntza Sailak proposatutako **Euskal Eskola Publikoaren aldeko kanpaina**, urtarrilaren 24tik otsaila amaitu bitartean egitekoa; Kultura Sailak proposatutako **«Bakearen eta Askatasunaren aldeko Kulturen urtea» kanpaina**, 2011ko abenduaren 26tik 2012ko urtarrilaren 23ra artekoa; Etxebizitza, Herri Lan eta Garraio Sailak proposatutako **Moveuskadi kanpaina**, 2012ko otsailaren 8tik 23ra artekoa; Emakunde Emakumearen Euskal Institutuak proposatutako **martxoak 8 ospatzeko kanpaina**, prentsan martxoaren 8an egitekoa, komunikabide digitaletan otsailaren 28tik martxoaren 13ra artean egitekoa, martxoaren 6tik 13ra kalean eta irratan «zazpi lanegunetan» egitekoa; Herrizaingo Sailak proposatutako **«Baboa naiz» kanpaina**, zehaztapenik gabe; Herri Administrazio eta Justizia Sailak proposatutako **«Magical Mystery Tour» kanpaina**, zehaztapenik gabe; Ingurumen, Lurralde-plangintza, Nekazaritza eta Arrantza Sailak proposatutako **«Euskadiko kalitatezko elikagaiak» euskolabeldun produktuei buruzko Haziren kanpaina**, zehaztapenik gabe; Herrizaingo Sailak proposatutako **«Arauk betetzen ez badituzu, honela ikusiko zaituzte besteek. Ahal duzunez, pentsatu» kanpaina**, zehaztapenik gabe, honakoa salbu: «Eztabaida piztu da kanpainaren gastu-sailatuko batzuei eta Herrizaingo Sailaren eta gainerakoen artean dagoen aurrekontu desberdintasunari buruz. Kanpainaren kostea gehiegizkoa iruditu zaie Sailen ordezkariari, bereak egiteko jasaten duten aurrekontu-eskasia dela eta»; Etxebizitza, Herri Lan eta Garraio Sailak proposatutako **«alokairua sustatzeko kanpaina»**, Euskadi Irratiaren lau kateetan iragarkien bidez egitekoa; Kultura Sailak proposatutako **«Euskararen aurpegiak» kanpaina**, zehaztapenik gabe; Herrizaingo Sailak proposatutako **autobideetan eskuineko erreia erabiltzeaz kontzientziatzeko bide-segurtasuneko kanpaina**, zehaztapenik gabe, honakoa salbu: «Kanpainaren kostuen eta alderdi teknikoren baten gaineko oharrak egin dira»; Enplegu eta Gizarte Gaietako Sailak proposatutako **etxeko langileak kontratatzearen aldeko kanpaina**, irailaren 17tik 28ra artekoa; Enplegu eta Gizarte Gaietako Sailak proposatutako **hizkuntzak ikasten lagundu, eta gizarteratzea errazteko kanpaina**, SER irrati-katean eta EITBn 20 segundoko iragarkiak ematekoa; **Euskadiren egunerako kanpaina**, urriak 17ko aktetan honakoa esaten dena: «Markesinetan zer edo zer jartzeko asmoa dago, baina eguna ganean dugun arren, kanpainaren diseinua ez da egin»; Herrizaingo, Herri Administrazio eta Justizia Sailak proposatutako **1960 eta 1978 arteko giza eskubideen urraketei buruzko kanpaina**, urriaren 17ko saioko aktaren arabera, «azterketa fasean eta garatu gabe dago. Hori dela eta, oraindik ere ezin da aurreikusi zenbateko kostua izango duen». Gainera, azaroaren 20ko bileran, Sailaren aholkulariak konpromisoa hartu zuen «komunikabide-plangintzaren gaineko informazio guztia ahal bezain laster bidaltzekoa»; Etxebizitza, Herri Lan eta Garraio Sailak proposatutako **ibilgailua partekatzea, car-sharing deitua, sustatzeko kanpaina**, zehaztapenik gabe; Etxebizitza, Herri Lan eta Garraio Sailak proposatutako **etxebizitzak zaharberritzeko kanpaina**, aipamen hau egin zena: «Hasiera batean, irailerako aurreikusita zegoen, baina urrian beteko da»; Kultura Sailak proposatutako **hizkuntza-politikaren aldeko kanpaina**, urriaren 29tik azaroaren 4ra artekoa; Kultura sailak proposatutako **euskarazko teknologia berria ezagutarazteko «Klik euskaraz» kanpaina**, azaroaren 26tik abenduaren 6ra artekoa;



Herrizaingo, Herri Administrazio eta Justizia Sailak proposatutako **joko, ikuskizun eta hauteskunde-prozesuen gaineko kanpaina**, zehaztapenik gabe; **Etxebizitza, Herri Lan eta Garraio Sailaren kanpainak**, azaroaren 20ko saioan proposatu zirenak, nahiz eta aktan ez dauden jasota edukia eta iraupena.

25.- 2013 urteari dagokionez, jakinarazitako publizitate- eta komunikazio-kanpaina instituzionalak honako hauek izan ziren: **Haur-, Lehen- eta Bigarren-hezkuntzan aurrematrikulatzeko epeen gaineko hezkuntza arloko Sail eskudunaren ohiko kanpaina**, zehaztapen teknikorik gabe; Hezkuntza, Hizkuntza-politika eta Kultura Sailak proposatutako **«Eskola honetan batu egiten dugu» kanpaina**, iraupenari buruzko zehaztapenik gabe; Emakunde Emakumearen Euskal Institutuak proposatutako **berdintasunari buruzko kanpaina**; Segurtasun Sailak proposatutako **«Txirrindulari, hartu gogoan, joka ezazu zuzen eta errespetuz» txirrindularientzako aholkuen kanpaina**, martxoaren 22tik apirilaren 2ra artekoa; Ingurumen eta Lurralde-plangintza Sailak proposatutako **Ekobeiraren bidez birziklatzeari buruzko «O reciclas o collejas» kanpaina**, iraupenari buruzko zehaztapenik gabe; Hezkuntza, Hizkuntza-politika eta Kultura Sailak proposatutako **«LH, % 100ean profesionalak» kanpaina**, irratian, telebistan eta prentsan, zehaztapen teknikorik gabe; Herri-administrazioa eta Justizia Sailak proposatutako **«Zuzenean zerbitzuak erantzungo dizu» kanpaina, Jaurlearitzak herritarrei laguntzen dielako mezu nagusiarekin**, apirilaren 15eko bileran «etorkizuneko proiektu bat» zena eta maiatzaren 13koan, berriz, jada EPBri aurkeztu zitzaiona «aurreikusitako irratiragarkien azalpen-txosten» eta guzti, baliabide eskuragarrien eskasia zela eta, «irratietan baizik ez zena kontratatuko»; Segurtasun Sailak proposatutako **«Ez ezazu zure burua jo» kanpaina**, automobil-gidariak, txirrindulariak eta oinezkoak kontzientziatzeko asmoa zuena, erantzukizunez jokatzera deituz. Ekainaren 13ko saioan azaldu zen, «irratiragarkiak eta telebistakoak», «kostuaren gaineko xehetasunak» azalduz; **«Pertsona helburu» kanpaina**, uztailaren 8an «erabat zehaztu gabe» zegoena, baina Sailei zegokien ekarpena zehazteko eztabaidatu zena. Hala, urriaren 15ean, Sail bakoitzak 15.000 euroko ekarpena egitea erabaki zen eta azaroaren 11n, azkenik, kanpaina azaroaren 15etik abenduaren 15era artekoa izango zela argitu zen; Hezkuntza, Hizkuntza-politika eta Kultura Sailak proposatutako **HABEn matrikulatzeko kanpaina**, uztailaren 8ko bileran adierazitakoaren arabera, «aurrekontu egokirik ez zegoenez, iazko kanpaina bera erabiltzea erabaki zen, eguneratzeko ezinbesteko aldaketak soilik eginda»; Osasun Sailak proposatutako **«Kontsumitu aurretik, artean eta ondoren, KONTSUMOBIDE, zugandik gertu» kanpaina**, zehaztapen teknikorik gabe; Osasun Sailak proposatutako **«Gripearen aurka, jarri txertoa» kanpaina**, irailaren 16ko bileran zehaztapen teknikoak azaldu zirenak; Emakunde Emakumearen Euskal Institutuak proposatutako **Berdintasunaren aldeko X. foroa ezagutarazteko komunikazio-kanpaina**, urriaren egitekoa zena; Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak proposatutako **«Elebide» kanpaina**, euskaldunen eta erdaldunen hizkuntza-eskubideak uztartzeko, iraupena zehaztu ez zena; Ingurumen eta Lurralde Politika Sailak proposatutako **«Ecoembes» kanpaina**, iraupena zehaztu ez zena; Osasun Sailak proposatutako **HIESaren, gripearen, etab., aurkako kanpainak**,



zehaztaperen teknikorik gabe; **berrikuntza publikoari buruzko kanpaina**, azaroaren 11ko saioan zirriborroa besterik ez zena; Bake eta Bizikidetzak Zuzendaritzak proposatutako **«Pertsona guztiak dute giza duintasuna» kanpaina**, abenduaren 7tik 10era artekoa; Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak proposatutako **Euskararen Nazioarteko Eguna nabarmentzeko kanpaina**, azaroaren 19tik aurrera egitekoa; Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak turismoa sustatzeko proposatutako **Basquetour kanpaina**, abenduaren 1etik 31ra artean egitekoa; Segurtasun Sailak proposatutako **«Errespetatu gehienezko aforoa» kanpaina**, iraupena zehaztu ez zena; Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak euskara sustatzeko proposatutako **«Poziktibity» kanpaina**, iragarkiak eta irрати-iragarkiak, iraupena zehaztu ez zena.

26.- Aurreko puntuetan aipatutako publizitate-kanpainen zerrenda luzea den arren, aktetan ez dago eskelen gaineko aipamenik, eta bakanak dira babesletzari edota bestelako publizitate-eta komunikazio-teknikei buruzkoak. Hain zuzen, 2011ko urriaren 19ko aktan, Merkataritza Zuzendaritzaren eta EITB erakunde publikoaren arteko lankidetzakontratua sinatzearen gaineko aipamena egiten da, euskal telebista publikoan «eguraldi-iragarpenaren babesle izateko» eta «urteko azken iragarkia emateko». Azken ekimen horri dagokionez, 2011ko abenduaren 15eko aktan, Gabon zaharreko babesletza berezia aipatzen da; Industria, Berrikuntza, Merkataritza eta Turismo Sailak ETB2n babestutako saioa, «kalitatearen Q-rekin zerikusia duten Eusko Jaurlaritzako kide batzuei eta euskal merkataritza batzuei eginko elkarrizketak barne hartuko dituen». Akta horretan bertan, «SER irрати-katearen albistegien amaiera aldeko hutsuneetan (hamar segundoko) irрати-tarte laburren babesle izateko» asmoa aipatzen da. Bistan da babesletza denboran luzatzeko asmoa zegoela, erabilitako izendapena gorabehera, ondoz-ondoko jarduera sorta bat eta horien egitaraua diseinatu zirenez; alegia, publizitate-kanpaina baten ezaugarri guztiak zituen.

Iragarki ofizialak bitan baizik ez dira aipatzen, 2013an biak ala biak. Martxoaren 18ko aktan «funtzio publikoko lanpostuetan ezarritako baremoei buruzko iragarki ofizial bat aurkeztu da» aipatzen da. Azaroaren 11koan, berriz, abenduaren 3an ospatzen den Euskararen Nazioarteko Egunari buruzko prentsa-iragarki bat argitaratzeko asmoa aipatzen da.

Azkenik, azaroaren 18an, Osasun Sailaren arduradunak iragarri zuen «*Berria* egunkarian ospitaleen gaineko lurraldekako publie-reportajea» argitaratuko zela eta «koloretako orrialde bat» hartuko zuela. Publizitate- eta komunikazio-tresna horri buruzko aipamen bakarra da.

27.- Aurreko puntuan aipatutako kasu bakanak izan ezik, aztertu eta, hala zegoenean, onartutako publizitate-ekintza guztiak kanpaina instituzionalak dira erabat, ez direnez ekintza bakar batera mugatzen, ezta euskarri gisa erabilitako komunikabideek proposatutakoak ere, erakundeek beraiek agindutakoak baizik. Denboran luzatutako ekintzak dira, barne hartzen dituztenak sorrera, diseinua, plangintza, kontratazioa, gauzatzea eta ebaluazioa. Horregatik ematen zaio hainbesteko garrantzia (...)a)ren deliberazioetan (...)a)ri berari jakinarazteari; sail

sustatzaileek ekintza horiek guztiak jakinarazi behar dituzte diseinatzeari ekiten diotenean, ez amaitu ondoren. Jarduneko presidentek –(...)– 2011ko abenduaren 15eko saioan nabarmendu zuenez, «Batzordearen egitekoa ez da dagoeneko itxita dauden kanpainei oniritzia ematea, baizik eta sailtako publizitate-arduradunen artean gogoeta bateratua eragitea kanpaina bera sortzean eta abiaraztean (kanpaineek egiazko garrantzi publikoa izateko munta ekonomiko, plangintza eta sailen arteko koordinazio nahikoa bermatuz)».

Egiaz, ikusitakoak ikusita, EPKILen 13. artikulua araberak, publizitate- eta komunikazio-kanpaina guztiak Urteko plan batean aurreikusita egon behar ziren eta plan horrek (...) (a)k onartu behar zuen, «sailen aldetik jasotako proposamenak aztertuta». Gainera, gutxienez, honako argibideak zehaztuta: «Kanpainaren helburua, aurreikusitako kostua, gauzatzeko epea, erabilitako bitartekoak eta komunikazio-euskarriak, mezuaren zentzua, hartzaileak eta eragindako erakundeak». Alabaina, Urteko planik ez zegoenez –dagoeneko esan dugu 2011n halakorik ez zela egin–, presidentek nabarmendu zuen komenigarria zela kanpainak sortze unetik beretik ezagutzea.

28.- Kanpainak aztertzeko (...) (a)ren betebeharrei dagokienez, eta atal honen 20. eta 21. puntuetan esandakoa gorabehera, nabarmendu behar da 2011ko urriaren 19ko bilkuraren aktan baino ez dela aipatzen sustatzaileek kanpainak aurkeztu zituztela, eta aztertu ondoren, **baietsi** eta are **onartu** ere egin zirela. Gainerakoan –gainerako akta guzti-guztietan–, sailek proposatu edo sustatutako kanpainak baietsi edo onartu direnik ez da argi eta garbi aipatzen. Ekimenak aztertuko direla baizik ez da esaten, eta ez dago oniritziaren arrastorik inon, ezta aldeko irizpenik ere. Are gehiago, 2012ko urtarrilaren 12ko saioan, presidentek bertaratuei «eskatu egin zien sailek sortutako pertsuasio-komunikazio guztiak (publizitate-kanpainak eta bestelako publizitate motak) (...) (a)ri aurkeztea». Alegia, argi dago ez zekiela legeak agindutako betebeharra zenik. Izan ere, jakin izan balu, eskaera egin beharrean, lege-betekizuna gogoraraztera mugatuko litzateke.

29.- Gainera, presidentearen zegozkion eginkizunei gaineko ezjakintasuna –ez zekien Jaurlaritzak sustatutako publizitate-kanpainak edota bestelako publizitate motak nahitaez berak aztertu beharrekoak zirenik, ezta sailek proposatutako kanpainak behar bezala ezartzeko bere onspena beharrezkoa zenik ere–, itxura batean, Ekonomia eta Ogasun Sailaren Kontrol Ekonomikorako Bulegora kutsatu zen; izan ere, (...) (e)ko kideen iritzian, ez zuen argi zein irizpideri heldu sailek publizitate-kanpainetan gastatu zezaketena baimentzeko. Esaterako, 2012ko otsailaren 14ko aktan, honakoa esaten da: «Kontrol Ekonomikoko Bulegoak modu apetatsuan ematen ditu baimenak, kanpaina bati baino gehiagori eman baitio oniritzia (...) (e)ren aldeko txosten beharrezkoa eskatu gabe».

30.- Eusko Jaurlaritzak sustatutako publizitate-jardueren zerrenda zehatz eta sakonik barne hartzen duen erregistro bakarrik ez dagoenez –publizitate- eta komunikazio-kanpaina instituzionalak alde batera utzita–, zaila da oso 2011, 2012 eta 2013 urteetako egiazko jarduna

zer-nolakoa izan den ezagutzea. Argi dago, ordea, urte horietan guztietan Eusko Jaurlaritzaren publizitate-jarduna aktetan adierazitakoa baino askoz ere handiagoa eta konplexuagoa izan zela. (...)a)ri jakinarazi gabeko publizitate- eta komunikazio-kanpainak egin ziren, baita kanpainez kanpoko ekintza publizitarioak ere, aipatutako organoari jakinarazi ez zitzaizkionak. Esandakoa frogatzeko, aski da akten edukia eta ekitaldi bakoitzeko urteko memoria alderatzea.

31.- 2011ko memoriak urte horretan aztertutako kanpainak gauzatu izana aipatzen du, baina, halaber, organoaren aktetan jasota ez dauden beste batzuk jasotzen ditu; horrenbestez, kanpaina horiek (...)a)k jakin eta oniritzia eman gabe gauzatu ziren. Kanpaina horiez gain, memorian beste publizitate-jarduera batzuk jasota daude. Jakina, horiek ere ez zitzaizkion jakinarazi (...)a)ri. Esaterako, *Etxebide*, *Euskotren*, *ETS-Euskal Trenbide Sarea* eta *Visesa* sozietate publikoek sustatutako publizitate-jarduerak –kanpainak eta bestelakoak–, 2011ko memoriaren 62. eta 63. orrialdeetan aipatzen direnak.

Memoria horren beraren 64. eta 65. orrialdeetan aipatzen diren Energiaren Euskal Erakundeak, Industriaren Sustapen eta Eraldaketarako Baltzuak (SPRI) eta *Basquetour* Turismoaren Euskal Agentziak sustatutako publizitate-kanpainak eta jarduera publizitarioak ere ez ziren azertu. Bestalde, Kultura Sailak ere, (...)a)ri urtean zehar aurkeztutakoez gain, beste publizitate-kanpaina eta jarduera publizitario batzuk gauzatu zituen; esaterako, *Euskadiko gira*, *Bat Basque Team*, *Munduoro*, *Bikain*, *Euskal Gazteak lankidetzan* eta *Auzolandegiak*, eta memoriaren 69. eta 70. orrialdeetan zerrendatuta dauden beste batzuk.

Gainera, mota desberdinetako ekintza publizitarioak behar bezala desberdindu ez direnez, zailagoa da memoriak eskainitako informazioa sailkatzea eta bereiztea.

32.- 2012ko memoriarekin antzekoa gertatzen da. Hogeitaka ekintza publizitario zerrendatzen ditu, nagusiki, sozietate publikoek, zuzenbide pribatuko erakunde publikoek eta fundazio publikoek –Burdinbidearen Euskal Museoa, *IHOBE*-Ingurumen Kudeaketarako Sozietate Publikoa, *URA*-Uraren Euskal Agentzia, *Euskotren*, *HABE*, *Etxepare* Institutua, etab.–sustatutakoak. Horiek ere ez zitzaizkion jakinarazi (...)a)ri urte horretan egindako zortzi bileretan. Bestalde, elkarren artean oso desberdinak diren ekintza publizitarioak bereizteko gaitasun falta sumatzen ahal da; izan ere, ekintzok sailen edo bestelako erakundeen arabera multzokatu dira, kasuan-kasuan erabilitako teknikei erreparatu ere egin gabe.

33.- 2013ko memorian gauza bera ikusi dugu. Urtean zehar (...)a)ri aurkeztutako kanpainak jada gauzatuta bezala ageri dira, ezaugarri teknikoak eta ekonomikoak zehatz-mehatz azalduta, baina beste publizitate-kanpaina eta ekintza publizitario batzuk ere aipatzen dira. Eusko Jaurlaritzaren mendeko organismoek, erakundeek eta sozietateek edo Jaurlaritzari lotutakoek urtean zehar egindakoak dira horiek, baina ez zitzaizkionak jakinarazi (...)a)ri.

Kasu honetan, dena dela, agerikoa da argitasunaren eta gardentasunaren mesedetan egindako ahalegina. Kanpainak zehatz-mehatz deskribatuta daude; asko dira xehetasun teknikoak eta

ekonomikoak. Halaber, kanpainez bestelako ekimen publizitarioak epigrafe desberdinetan erregistratuta daude. Horrela, ekitaldian gauzatutako bestelako ekintza publizitarioak, programak eta ekitaldiak babestea, iragarki ofizialak edota iragarkiak, kasu, kanpainengandik argi eta garbi bereizi daitezke, beren epigrafean sailkatu direlako.

34.- Aktetan eta publizitateari eta komunikazioari buruzko urteko memorieta jasotakoa alderatze hutsarekin azaleratutako frogak alde batera utzita –aurreko puntuetan egiaztatu ditugu frogok–, interesdunak bidalitako dokumentazioa aski da argi uzteko EPKIL indarrean sartu eta gerora gehiago direla kanpaina instituzionalez kanpo gauzatutako jarduera publizitarioak aktetan jasotakoak baino –atal honen 26. puntuan aipatu ditugunak–.

Esaterako, aktek ez diote ezer *Deia* egunkariarekin hitzartutako 2011ko, 2012ko eta 2013ko Osasunaren Nazioarteko Egunaren babesletza-ekintzaz –interesdunak uztailaren 22ko mezuan dokumentatu zuen–. Babesletza-ekintza *Osalan*-Laneko Osasun eta Segurtasunerako Euskal Erakundearen zuzendariari egindako elkarrizketa baten bidez gauzatu zen. Aipatutako hiru urteetatik aurreneko bietan, (...) andrea elkarrizketatu zuten, azkenekoan, aldiz, Jaurlaritza eskuz aldatu ostean, (...) andrea. Argitalpenak formatu bera izan zuen hiru aldi horietan: argitaratutako elkarrizketan ez zen aipatzen babesletza-ekintza zenik, ezta zein erakundek babesten zuen ere. Babesletza-ekintza horrek kanpaina baten ezaugarriak izan balitu, (...) (a)ri jakinarazi beharrekoa izango litzateke, argi eta garbi adieraziz publizitatea zela; EPKILen 5.4 artikulua agindutakoaren arabera, «espresuki aipatu behar da administrazio edo erakunde sustatzaile edo kontratatzailea». Ez zen horrelakorik egin kasuetako batean ere.

35.- Osasun Sailak SER irrati-katearekin hitzartutako babesletzaren gaineko aipamenik ere ez dago akta horietan. 2010eko azaroan hitzartu arren –alegia, EPKIL indarrean sartu aurretik–, 2011ko urtarrilean, otsailean, martxoan eta apirilean ere gauzatu zen, eta hil horietan bai, horietan indarrean zegoen Legea, 2011ko urtarrilaren 1ean indarreratu zenez iragankortasun klausularik gabe. *La Ventana Euskadi* irratsaioan 20 tarte eskaintzea zuen xede egitarauak. Hasteko, (...) sailburua elkarrizketatzea aurreikusi zen, eta, ondoren, osasun-arloko edukiak eskainiko ziren, guztiak ere, «El reto de la cronicidad. Curar y cuidar» izenburuarekin. Aktetan ez dago babesletza-ekintza horren gaineko aipamenik. Gainera, ekintza hori hitzartu zen publizitate-kanpaina instituzionalek nahitaez bete beharreko betebeharra ezarri gabe; alegia, horrelakoetan, argi eta garbi adierazi behar da publizitatea dela, eta zein erakundek edo administraziok sustatzen edo kontratatzen duen. Ez zen halakorik egin.

36.- Interesdunak dokumentatutako beste kasu batez ariko gara jarraian. Gasteizko udal-gobernuak *Noticias de Alava* egunkariarekin hitzartu zuen «Vitoria-Gasteiz en movimiento» izeneko erreportaje-sorta argitaratzea. EPBri informazioa bidali zitzaionerako argitaratuta zeuden honako erreportajeak: «Nueva estación de autobuses», 2013ko urriaren 26an; «Creación de empleo», 2013ko azaroaren 30ean; «Capital Gastronómica 2014», 2014ko urtarrilaren 18an; «Inversiones en el Casco Medieval», 2014ko otsailaren 22an; «Capital

Gastronómica 2014», 2014ko martxoaren 29an; «Capital Gastronómica 2014», 2014ko apirilaren 20an; «Iniciativas de Empleo y Formación», 2014ko maiatzaren 31n; «Capital Gastronómica 2014», 2014ko ekainaren 28an; eta «Actuaciones del entorno estación autobuses», 2014ko uztailaren 19an.

Azken hori, bistan da, Arabako hiriburuan egingo den autobus-geltokiari buruzko erreportaje luzea zen; bi orrialde oso hartzen zituen, airetiko argazkia, obrari buruzko datu teknikoak eta Javier Maroto hiriko alkatearen aipu marken arteko adierazpenak. Erreportajearen izenburuak lorpenaren garrantzia nabarmendu nahi zuen: «*Por fin, una estación de calidad para Vitoria*». Azpigituluak proiektuaren garrantzia nabarmentzen zuen: «*La terminal de autobuses de Lakua pone fin a más de 20 años de provisionalidad de Los Herrán*».

Kasu honetan bezala, aurreko guztietan ere ez zen aipatzen babesletza-ekintza zenik, ezta zein erakundek sustatu edo kontratatu zuen ere. Alegia, pentsatzekoa da sustatzaileek –Gasteizko Udala– ez zutela EPKILen I. kapituluko aurreikuspenak bete beharko lituzkeen publizitate-kanpaina instituzional gisa eratu.

37.- Aurreko zenbakietan EAEko Administrazio Orokorrek EPKIL indarrean jarri zenetik publizitate instituzionalaren arloan garatutako jardunaren gainean eginiko azterketa enpirikoan nabarmendu behar dugu, halaber, aktetan ez dagoela behin ere jasota aipatutako legearen 8. artikuluan aurreikusitako berme-mekanismoa erabili dutenik horretarako gaitutako subjektuek arauan berariaz zehaztutako lege-hausteren bat egiten duten kanpainak «berehala eten edo zuzen ditzaten» eskatzeko. Era horretako eskaerarik ez dela izan ikusita, ondoriozta dezakegu hori egiteko lege zuzentza daudenez –«eskubide edo interes zilegiren bat daukaten pertsona fisiko nahiz juridikoek, bai eta erasanak diren edo eskubide eta interes zilegi kolektiboak defendatzeko lege zuzentza dauden korporazio, elkarte, sindikatu eta talde eta erakundeek»– ez zutela horrelakorik egiteko arrazoi sendorik aurkitu. Behin baino ez zioten heldu (...) Eusko Jaurlaritzak sustatutako publizitate-kanpaina bat inpugnatu eta eten edo zuzentzeko aukerari buruzko arazoari. Baina ez zen egiazko inpugnazio baten ondorioa izan, kide batek plazaratutako gogoeta teoriko baten ondorioa baizik; (...) (e)ko kide batek «jada abiarazitako kanpaina baten gaineko eragozpenen bat» agertzeko aukera hipotetikoaz galdetu zuen horrek. 2012ko otsailaren 14an egindako saioaren galde-eskeen atalean gertatu zen; orduan, «Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerketa [Sailaren] ordezkariak» gaia aipatu zuen, ikuspegi hipotetiko huts batean eta kasu zehatzik aipatu gabe. Aktan adierazitakoaren arabera, arduradunak erantzun zion «kasua eztabaidatuko litzatekeela; hala ere, ez-ohikoa izango litzatekeela, adibidez, pertsona batek kanpaina baten kontra egitea, eta Batzordeko gainerako kideak kanpaina hori abian jartzeko prozesuan arazoaz ez konturatzea. Edonola ere –gehitu zuen–, erregelamenduak aurreikusten du kanpainak geldiarazteko aukera, horretarako beharrik izanez gero. Kanpoko salaketa batek ere abian jar lezake geldiarazteko prozedura. Hori bai, muturreko kasuak izango lirateke». Zeharkako aipamen hori kenduta, esan dugunez,

(...)(e)k ez du erreklamazio bakar bat ere ezagutu berme-organo gisa ez 2011n, ez 2012an, ezta 2013an ere.

38.- Idazkiaren 3. orrian, interesdunak EPB honi galdetu dio nola «jokatu beharko litzatekeen etika publikoaren arabera gai honi dagokionez». Ez da erraza –EJKren parametroak oinarri hartuta, horixe baita EPBk jarduteko hartu behar duen erreferentzia-esparrua– erantzun garbi eta baliagarri bat ematea hain orokorra den galdera bati. EJK-k ez ditu berariaz aipatzen Eusko Jaurlaritzako goi-mailako karguek eta antzekoek komunikazio instituzionalaren eta gizarte-hedabideekiko harremanen arloan izan beharreko jarrerak eta jokabideak, «irratiko solasaldietan edo telebistako eztabaidetan» parte hartzeari buruzko 15 paragrafoan jasotakoak eta «jaurlaritzak hartutako jarrera politikoei buruz [...] komunikabideen bitartez iritzi ezberdinak azaltzetik edo horiek aho betean kritikatzetik gordetzeko» betebeharra alde batera utzita, eta azken hauek ez dute zerikusirik aztertu beharreko gaiarekin.

39.- Kasu honetan aldarrika liratekeen EJKren balio informatzaileetatik, integritatea edo zuzentasuna nabarmendu beharko genuke, EJKren 4.1.1 atalean honela definituta: «kargu publikoek eta antzekoek sistematikoki eta etengabe bat egitea zintzotasun-, inpartzialtasun-, objektibotasun- eta gardentasun-printzipioekin, bai eta esparru juridikoa eta, duten izaera dutela, ingurune publiko horretan esku hartzen duten eta horrekin harremanetan dauden pertsona guztiak errespetatzeko printzipioarekin ere». EJK egituratzen duten printzipioei dagokienez, hauek aipa genitzake: inpartzialtasuna eta objektibotasuna (5.2.1 atala) eta gardentasuna eta gobernu irekia (5.2.3 atala), baita zintzotasuna eta desinteres subjektiboa (5.2.4); azken horri dagokionez, publizitatea eta hedatzeko erabili beharreko euskarriak kontratatze orduan kargu publikoen edo senitartekoen interes pribatuak egon baitaitezke, eta horiek gailen baitakizkioke interes publikoari.

40.- Aztertutako aurrekariak agerian uzten dute (...)(e)k EPKIL aplikatzeko prozesuan eta bertan jasotako tresnen kudeaketan (hau da, publizitatearen eta komunikazioaren urteko plana, eta plan horretan jaso gabeko kanpainei dagokienez eman beharreko aldeko txostenak) izandako parte-hartzea ez dela izan nahiko genukeen bezain argia, txukuna eta bikaina; horregatik, egokia izango litzateke, lege-esparru horren barruan, urteko planak zein horietatik kanpo dauden publizitate- eta komunikazio-kanpainei buruz irizpena emateko eta, dagokionean, horiek onesteko baliatutako argitasun- eta gardentasun-baldintzak hobetzen saiatzea aipatutako organoa.

EJKren 6 atalaren 4. puntuak xedatzen du goi-mailako karguek eta antzekoek erabakiak, ebazpenak eta egintzak «informazio frogagarrian oinarrituko» dituztela «(txostenak, azterlanak, proiektuak edo irizpenak), eta horrez gain, saiatuko» direla «ebatzi beharreko gaiarekin lotuta eskuragarri dituzten datuen azterketa objektiboa oinarritzat hartzen». EPKILEk xedatutakoaren arabera (...) da aplikagarri zaien «administrazio eta erakundeen publizitatearen eta komunikazioaren plangintzaz, laguntza teknikoaz, ebaluaketaz,

koordinazioaz eta kontrolaz arduratzen den organoa». Esan dugun bezala, legean aurreikusitako debekuren baten pean eroritako kanpainak berehala eteteko edo zuzentzeko eskaerak ebazteko legez gaitutako berme-organoa ere bada (EPKILen 8 eta 12.3 art.). Haren funtzionamendu erregular eta ordenatua ezinbesteko baldintza da, hortaz, Eusko Jaurlaritzaren publizitate-ekintza instituzionalarekin zerikusia duten erabaki publikoek teknikoki oinarritutako planteamenduak, egiaztatutako proposamenak eta irizpide profesional sendoak izan ditzaten oinarritzat; eta ezinbesteko betekizuna ere bada EPKILen aurreikusitako berme-mekanismoak benetan eta eraginkortasunez bete dezan legegileak agindutako egitekoa. Hori dela-eta, zinez garrantzitsua da jardun legezko, metodiko eta normalizatua bermatzen duen dinamika batez hornitzea.

41.- Eraginkortasuna sendotzeko eta gardentasuna handitzeko, komenigarria izango litzateke (...)e)k bere jarduera modu argi, zorrotz eta ulergarriagoan antolatzea, besteak beste: arauak xedatzen duen moduan, «gutxienez hilean behin» biltzea, «ezohiko bilerak egitea erabakitze» aukera edukita; ekitaldi bakoitzaren lehen hilabeteetan publizitatearen eta komunikazioaren urteko plana egiten eta onartzen saiatzea, lanerako tresna horrek indarreko araudiak ematen dion helburu planifikatzailea bete ahal izan dezan; Eusko Jaurlaritzaren sailek eta EPKILen 2.1 artikuluan adierazitako erakundeek sustatutako kanpaina guztiak onartzea – eta, beharrezkoa izanez gero, horien gaineko irizpena ematea–, salbuespenik gabe; aktetan bilkuren garapena guztiz eta zehatz-mehatz adieraztea, baita eztabaiden garapena ere, eta, batez ere, bere eskumeneko arloetan hartutako erabakiak argi eta garbi jasotzea, kasu bakoitzean izandako gehiengoak adieraztea eta, horrelakorik badago, emandako boto partikularrak –237/2011 Dekretuak, azaroaren 22koak, haren osaera, antolaketa eta funtzionamendua arautzekoak hori gauzatzeko behar beste aurreikuspen jasotzen ditu–, eta, azkenik, ekitaldi bakoitzeko memoria egiteko orduan Jaurlaritzak gauzatutako publizitate-ekintza guztiaren kalitatea, koherentzia eta eraginkortasuna ebaluatzea urtero. 2013ko Memorian egindako argitzeko, gardentasuneko eta bereizteko ahaleginari ere eutsi beharko lioke.

Positiboa ere izango litzateke EPKILen 8. eta 12.3 artikuluek ematen dioten berme-eginkizuna, ahal den neurrian, nabarmentzea eta aktibatzea, legean jasotako debekuren baten pean erortzen diren kanpainak «berehala eteteko edo zuzentzeko» ahalmena eraginkortasunez gauzatzeko. (...)e)k berak berme-mekanismo hori eraginkortasunez sustatuz gero, Eusko Jaurlaritzak eta EAEko Administrazio Orokorrak bultzatutako publizitate instituzionalaren garapen zorrotz, profesionalizatu eta legez antolatua babesteko eratutako organismo gisa sendotuko litzateke (...).

42.- Egindako bi proposamen hauen gainean EPBk zer iritzi duen jakin nahi du interesdunak: «Publizitate-kanpaina instituzionalak zein unean uneko babesak» (...)a)ren kontrolpean jartzea, nahiz eta legeak berariaz eskatzen ez duen, batetik, eta, bestetik, «kontratu, babes eta hitzarmen guztietan Jaurlaritzak babesle gisa nahitaez jaso beharra» eranstea. Orain EPKILen



aplikazio-esparru materialaren inguruan agertutako zalantzen abstrakzioa eginda (aurreko zenbakietan aztertu ditugu horiek), batzorde honek aldeko iritzia baino ezin du izan kontsultaren egileak iradokitako bi neurriei dagokienez, biek egiazko aurrerapena baitakarte publizitate instituzionalarekin lotutako administrazio-jardunaren kontrol, argitasun eta gardentasunean.

Eusko Jaurlaritzaren publizitate- eta komunikazio-politikaren diseinu, inplementazio eta ebaluazioan (...) (e)k duen garrantzia sendotuko lukete proposatuko neurriek, zalantzarik gabe, eta horri zorroztasun tekniko eta profesionaltasun handiagoa emango liokete.

43.- Era berean, interesdunak EPB honen irizpena ere eskatu du «2013ko urteko publizitateari buruzko memorian publizitate-kanpaina instituzional guztiak, baita iragarki ofizialak, hitzarmenak eta babesak ere, jasotzeko eta legebiltzarrera igortzeko» erabakiari dagokionez. Aztertutako dokumentazioak agerian uzten du ez zutela horrela egin 2011n eta 2012an, baina, 33. puntuaren ikusitakoaren arabera, 2013ko urteari dagokion memorian horrela egitea erabaki du (...) (e)k, hemendik aurrera salbuespenik gabe gauzatu beharreko jardunbide berri bat ezartzeko.

Erabakiak balorazio positiboa baino ezin du izan batzorde honen aldetik. Aurretik ere aipatu dugu 2013ko memoria idatzi dutenek ahalegin handia egin dutela argitasun eta gardentasun handiagoa emateko, eta horri esker, bertan adierazitako datuak errazago ulertzen dira, eta baldintza hobekak daude, orobat, legebiltzarrak zein herritarrek oro har herri-administrazioen jardueraren gainean eduki beharreko kontrola eraginkorra izan dadin.

44.- Beste puntuetako bati dagokionez, interesdunak igorritako idatzia aski argigarria gertatu zaio EPBri, Eusko Jaurlaritzaren 2013 eta 2014 urteetako publizitate instituzionalaren kontratazioa zer-nola gauzatu den ezagutzeko. Alegazioak hasteko egiaztatzen du «sailetan publizitateaz arduratzen garen eta (...) (e)ko kideak garen pertsonak ez» dugula «lan egin edo kontratu-harremanik eduki, azken hamabost urteetan, aipatutako komunikabideren batekin». Horri hau ere gehitzen dio: «izan ere, (...) egunkariarekin dagoen harreman bakarra, (...) (e)k izan du, laguntzaile gisa eta kontraturik gabe, eta harreman hori 1992an amaitu zen». Egiaztapen faktiko hori oinarritzat hartuta, kontsultaren egileak iradoki du publizitatea kontratatzeke ardura duten pertsonak, «baldin eta aurretik komunikabideren batean lan egin badute, aldeztatik lan-harremana izan duten komunikabide horietan publizitate-kanpainak edo babesak esleitzeko prozesuetan esku hartzeari uko egin» beharko lioketela, «publizitatea kontratatzeke erabakiekin lotuta sor litezkeen zalantzak alde batera uzteko».

45.- EPB honek aurretik ere defendatu du –ikus, besteak beste, 6/2013, 9/2013 eta 12/2013 gaiak– izendatu aurretik lan-zerbitzuak eman edo zuzendaritzako eginkizunak bete dituzten sozietateekin, administrazioaren izenean, kontratatu nahi duten goi-mailako kargudunek eta antzekoek interes-gatazka izan dezaketela eta, ondorioz, EJKren 11.3 atalean aurreikusitako kautelak eta prebentzioak hartu behar dituztela nahitaez; aipatutako neurri horiek kutsu

profilaktiko garbia dute eta «interes-gatazkak saihestea dute xedetzat, jakina, baina harago ere joaten dira: horrez gain, goi-mailako kargudunen eta antzekoen jardunetan interes-gatazka dagoela izan litezkeen zalantza edo susmo guztiak errotik ezabatu nahi ditu. Horiek irakurrita, erraz ondoriozta daiteke EJK-k finkatutako zuzentasun eta desinteres subjektiboko estandarrari dagokionez sor litezkeen desbideratzeak saihestu ez ezik, desbideratzeen balizko existentziaren inguruko zalantza oro ere uxatu nahi dutela».

Eusko Jaurlaritzako sailletako publizitate-arduradunek, hala izendatu aurretik, lan-, sozietate- edo zuzendaritza-erlazioen bat izan badute bere ardura publikoetatik sustatu beharreko publizitate-, komunikazio- edo hedapen-zerbitzuak gauzatzeko kontratatutako enpresekin, uko egin behar diote kontratatzeko prozeduran parte hartzeari, edo horren berri eman behar diote EPBri, «gatazka hori dagoela, ahal bada idatziz, jakinarazita edo, gutxienez, orain dagoen edo gerora egon litekeen interes-gatazka hipotetiko baten gaineko zalantza agertu beharra edukita» (11.3 atala, 5. puntua).

46.- Zuhurtzia are beharrezkoagoa da 1/2014 Legea, ekainaren 26koa, Kargu Publikodunen Jokabide Kodea eta Haien Interes Gatazkak Arautzen dituen onartu ondoren. 10. artikuluan, parte ez hartzeko eta inhibitzeko betebeharra agintzen die kargu publikodunei «beren interesak, ezkontide edo izatezko bikotekidearenak edo laugarren mailara arteko odolkidetasuneko edo ezkontza-ahaidetasuneko senideen interesak edo hirugarren pertsonekin partekatzen dituztenak agertzen edo bultzatzen diren jarduera, erabaki edo ekimenetan» edo «zenbait enpresa, sozietate edo erakunderen interesak ukitzen dituzten gaietan edo gai horien inguruko erabakietan, baldin eta beren zerbitzu-harremana hasi aurreko bi urteetan enpresa, sozietate edo erakunde horietako zuzendaritza- edo gobernu-organoetan kargu publikodun gisa izan badira bai kargu publikodunak berak bai ezkontide edo izatezko bikotekideak edo bigarren mailara arteko odolkidetasuneko edo ezkontza-ahaidetasuneko senideak edo berekin interes partekatuak dituzten hirugarren pertsonak».

Interesdunak dioen bezala, sailletako publizitate arduradunetako bat ere ez bazen (...)a)ren kide, ez dago gaiari buruz gehiago esaterik. Egin daitekeen gauza bakarra da zuhurtzia-neurriak betetzearen garrantzia gogoraraztea, Eusko Jaurlaritzaren goi-zuzendaritzaren zuzentasun eta zintzotasun irudia ez kaltetzeko.

47.- Laburbilduz, interesdunak galdetzen du ea, «dauden hutsuneak» ikusita, EPB honek egokitzen jotzen duen lege bat garatzea «(...) arau baten bitartez komunikabideen artean egin beharreko iragarki-banaketa zehazteko», bai eta «komunikabideen arteko publizitate-banaketa helburuak, hartzaileei, prezioei eta publizitate-helburuei dagokienez, arautzeko» ere.

Ez dagokio EPBri EPKILen aplikazio-esparru subjektiboari loturiko organismoen eta erakundeen jarduera publizitarioa zuzentzeko garatu beharreko arau-politikari buruzko prestakuntza, orientazioa edo aholkuak ematea euskal erakundeei. Edonola ere, ez gara hasiko eztabaidatzen

(...) gai den arauak agintzeko, baina inoiz ez dago soberan Eusko Jaurlaritzaren publizitatea kontratatzeko arduradunei gogoraraztea honakoa: eskuragai dituzten mekanismoen bidez, eta hizpide dugun alderdiaren gaineko arau autonomikoa eduki edo ez, modu ekitatiboan eta berdintasunaren zein bazterketa ezaren printzipioak betez egin behar dute «publizitate-iragarkien banaketa komunikabideen artean», herritarren interes orokorreko informazioa jasotzeko eskubideari eragiteaz gain, komunikabideen publizitate-esleipenean berdintasunezko eta bazterketa gabeko tratamendua jasotzeko eskubideari ere eragiten baitio. Bi eskubide horiek eta Konstituzioaren 14. eta 20.1. artikuluetan jasotako funtsezko eskubideak ezpal berekoak dira.

48.- Euskal esparru publikoan ez dira falta publizitate instituzionala erakundeen hedabide izan nahi duten komunikabideen artean banatzeko berariazko arauak. Foru esparruan, nabarmentzeko modukoa da Gipuzkoako 2/1994 Foru Araua, apirilaren 6koa, lurralde historiko horretako Foru Aldundiaren eta Batzar Orokoren publizitate-hedapena arautzen duena. Aipatutako arauaren 3. artikulua, beste bi lurralde historikoetan parekorik ez duenak, ezarritakoaren arabera, Gipuzkoako Foru Sektore Publikoko erakundeek Gipuzkoako eguneroko prentsa idatziarekin kontratatutako publizitate instituzionalaren banaketa berdintasunaren, proportzionaltasunaren, hedapenaren, eraginkortasunaren eta euskararen gaineko ekintza positiboaren printzipioetan «oinarrituko da». Horretarako, arauak bermatzen du «Lurraldean argitaratzen den euskarazko egunkariak bermatuta izango duela» urteko publizitate-aurrekontuaren % 8. Gainerako % 92a honela banatuko da:

- a) % 37 Gipuzkoako eguneroko prentsa idatziko egunkari guztien artean, «zati berdinetan».
- b) % 37 aipatutako egunkarien «hedapen-mailaren arabera»; kopuru hori –zehazten du– «prentsa idatziaren hedapena kontrolatzeko irabazi asmorik gabeko elkarteek emandako datuen arabera finkatuko da».
- c) % 18 «gastu-eraginkortasuna» aintzat hartuta. Hala, «kontuan hartuko da, batetik, publizitate-gastuari eusteko premia, eta, bestetik, publizitatearen lurralde-esparrua eta hartzaileak, hala nola informazioaren helburua».

Banaketarako irizpide horiekin bat etorri edo ez, eta, aurkaratzeko auzibidera joz gero, irizpide horiek konstituzionaltasun froga gaitu edo ez –gogora ekarri behar da Konstituzio Auzitegiak jurisprudentzia zabala emana duela–, argi dago ahalegin handia egin dela araua zehaztu, eta publizitate instituzionala finantzatzera bideratutako funts publikoen banaketa ahalik eta objektiboena izan dadin.

49.- Eusko Jaurlaritzaren eta EAeko administrazio orokorraren kasuetan, funtzio hori bera beteko duen arau autonomikorik ez dagoenez, publizitate instituzionalaren banaketa zuzentzeko irizpideak ordenatzeaz eta objektibo izateaz arduratu ahalko litzateke (...) –hain

zuen, «publizitatearen eta komunikazioaren plangintza, laguntza teknikoa, ebaluazioa, koordinazioa eta kontrola» gauzatzeaz arduratzeko legezko organoa da-. Hala, EPKIL bete behar duten sailei eta erakundeei gogora ekarri beharko lieke lehen aipatutako funtsezko eskubideek honakoa agintzen dutela: «Publizitatea modu ekitatiboan banatu behar da, gardentasun- eta berdintasun-printzipioei jarraiki, jokabide baztertzailak ekidinez eta komunikabideen askatasuna eta independentzia eraginkortasunez bermatuz. Horretarako, objektibotasunaren, publikotasunaren eta lehia librearen printzipioak finkatu beharko dira» (2014ko ekainaren 23ko 104/2014 Konstituzio Auzitegiaren Epaitik hartua).

Izan ere, (...)a)k badu zerikusia horrekin guztiarekin. 2013ko urtarrilaren 14ko saioaren aktan jasota dago presidentek bertaratuei esandakoa: «Hurrengo kanpainetan komunikazio-talde guztiak ordezkatuta egoteko ahalegina egin behar da». Jarraibidea, zehaztugabea izanagatik, berdintasunaren eta bazterketa ezaren printzipioetan oinarritutako irizpide baten arabera jarduteko asmoaren isla da.

50.- Jakina, printzipio horien arabera jokatea ez da oztopo administrazio autonomikoak askatasun-marjina handia izateko publizitate instituzionalaren eta bere hedapenaren kontratazioa diseinatzeko garaian, besteak beste, kanpainen helburuei –orokorrak edo sektorekoak–, hartzaileei profil sozialei –herritarrak, baztertutako edo bazterketa-arriskuan dauden herritarrak– eta aintzatetsi beharreko hizkuntza-faktoreei –tartean, euskararen erabilera errespetatzea, babestea eta sustatzea– erreparatuta. Berdintasunaren printzipioak ez du debekatzen tratamendu berezia ematea bati edo besteari; arrazoi objektiborik gabe egitea mugatzen du, gehiegikeriak saihesteko, botere publikoek lortu nahi dituzten kasuan kasuko helburuak kontuan hartuz eta Konstituzio Auzitegiaren doktrinaren arabera.

51.- Azkenik, zehaztu behar da publizitate instituzionala publizitatea bera zabaltzeko interesa duten enpresa pribatuen eta komunikabideen artean berdintasunez banatzeko printzipioa nahitaez bete beharrekoa dela. Printzipio horri ezin zaio izkin egin, kontratuak hedabideen zentral edo antzeko enpresa bati esleituta. Arau argi eta lotesleak dituen publizitate instituzionala kudeatzen duten hedabideen zentralek nahitaez bete beharko dituzte hura kudeatzea agindu dieten administrazio publikoek bete beharreko arau juridikoak.

Hori guztia aintzat hartuta, hauxe da EPBk hartutako

#### **AKORDIOA:**

1.- EPBren iritzian, interesdunak bere idatzian EPKILen aplikazio-esparruari buruz adierazitako gogoetak argi asko defendatu daitezke, bai ikuspuntu juridiko hertsitik, bai legea indarrean jarri eta gerorako jardunbide administratiboaren ikuspuntutik. Ondorioz, publizitate eta

komunikazio instituzionalari dagokionez, ez dago arrazoirik kargu publikodunek legea betetzeko oinarrizko arau etikoa nahita eta jakinaren gainean urratu denik esateko.

2.- Aztertutako aurrekariak agerian uzten dute (...) (e)k EPKIL aplikatzeko prozesuan eta bertan jasotako tresnen kudeaketan izandako parte-hartzea ez dela izan nahiko genukeen bezain argia, txukuna eta bikaina; horregatik, EPBren iritzian, egokia izango litzateke, lege-esparru horren barruan, urteko planak zein horietatik kanpo dauden publizitate- eta komunikazio-kanpainei buruz irizpena emateko eta, dagokionean, horiek onesteko baliatutako argitasun- eta gardentasun-baldintzak hobetzen saiatzea aipatutako organoa. Funtzionamendua erregularra eta ordenatua izateak Eusko Jaurlaritzaren publizitate-ekintza instituzionalarekin loturiko erabaki publikoak erraztuko lituzke, arrazoi teknikoetan, iritzi egiaztatuetan eta irizpide profesional sendoetan oinarrituta leudeke eta.

3.- Eraginkortasuna sendotzeko eta gardentasuna handitzeko, komenigarria izango litzateke (...) (e)k bere jarduera modu argi, zorrotz eta ulergarriagoan antolatzea, besteak beste: arauak xedatzen duen moduan, «gutxienez hilean behin» biltzea, «ezohiko bilerak egitea erabakitzeko» aukera edukita; ekitaldi bakoitzaren lehen hilabeteetan publizitatearen eta komunikazioaren urteko plana egiten eta onartzen saiatzea, helburu planifikatzailea bete ahal izan dezan; Eusko Jaurlaritzaren sailek eta EPKILen 2.1 artikuluan adierazitako erakundeek sustatutako kanpaina guztiak onartzea –eta, beharrezkoa izanez gero, horien gaineko irizpena ematea–, salbuespenik gabe; aktetan bilkuren edukia guztiz eta zehatz-mehatz adieraztea, eta, batez ere, bere eskumeneko arloetan hartutako erabakiak argi eta garbi jasotzea, kasu bakoitzean izandako gehiengoak adieraztea eta, horrelakorik badago, emandako boto partikularrak –237/2011 Dekretuak, azaroaren 22koak, haren osaera, antolaketa eta funtzionamendua arautzekoak hori gauzatzeko behar beste aurreikuspen jasotzen ditu–, eta, azkenik, ekitaldi bakoitzeko memoria egiteko orduan Jaurlaritzak gauzatutako publizitate-ekintza guztiaren kalitatea, koherentzia eta eraginkortasuna ebaluatzea urtero. 2013ko Memorian egindako argitzeko, gardentasuneko eta bereizteko ahaleginari ere eutsi beharko lioke.

4.- EPBk positiboki hartu du EAEko administrazio orokorraren publizitate-jarduera instituzionala osatzen duten noizean behingo babesletza guztiak kontrolatzeko proposamena, baita kontratu guztietan, babesletzakoetan zein lankidetzakoetan, publizitate-izaera eta erakunde sustatzailea espresuki eta nahitaez aipatzekoa ere. Eusko Jaurlaritzaren publizitate- eta komunikazio-politikaren diseinu, inplementazio eta ebaluazioan (...) (e)k duen garrantzia sendotuko luke horrek, eta horri zorrotasun tekniko eta profesionaltasun handiagoa emango liokete.

5.- EPBri ere positiboa iruditzen zaio «2013ko urteko publizitateari buruzko memorian publizitate-kanpaina instituzional guztiak, baita iragarki ofizialak, hitzarmenak eta babesak ere, jasotzeko eta legebiltzarrera igortzeko» erabakia.

6.- EPBk beste behin ekarri nahi du gogora zenbateko garrantzia duen EJKn aurreikusitako zuhurtzia-neurriak betetzeak, goi-kargudunek edo asimilatuek, dauden kargurako izendatu aurretik, lan egin duten edo zuzendu dituzten enpresen kontratazioari dagokionez, Eusko Jaurlaritzaren goi-zuzendaritzaren zuzentasun eta zintzotasun irudia ez kaltetzeko.

7.- Ez dagokio EPBri arau-politikari buruzko prestakuntza, orientazioa edo aholkuak ematea euskal erakundeei, baina bere iritzian, horri buruz interesdunak egindako galderari erantzunez, *ad hoc* arau autonomikorik ez dagoenez, Eusko Jaurlaritzaren publizitate instituzionala hedabideen artean banatzeko irizpideak ordenatzeaz eta objektibo izateaz ongi asko arduratu ahalko litzateke (...) –hain zuen, «publizitatearen eta komunikazioaren plangintza, laguntza teknikoa, ebaluazioa, koordinazioa eta kontrola» gauzatzeaz arduratzeko legezko organoa da-. Hala, EPKIL bete behar duten sailei eta erakundeei gogora ekarri beharko lieke lehen aipatutako funtsezko eskubideek honakoa agintzen dutela: «Publizitatea modu ekitatiboan banatu behar da, gardentasun- eta berdintasun-printzipioei jarraiki, jokabide baztertzailak ekidinez eta komunikabideen askatasuna eta independentzia eraginkortasunez bermatuz. Horretarako, objektibotasunaren, publikotasunaren eta lehia librearen printzipioak finkatu beharko dira».



**Josu Iñaki Erkoreka Gervasio**  
**Etika Publikorako Batzordeko presidentea**

**Vitoria-Gasteiz, 2014ko irailaren 19a**