

Publizitatea, errepasorako zerrenda:

- Euskararen erabilera eta presentzia urrats guztietan hartu dugu aintzat.
- Publizitateko hizkuntzen erabilera gure erakundearen nortasunarekiko koherentea da.
- Kanpo-agentziari argi adierazi diogu gure estrategia hizkuntzari dagokionez:
 - publizitaterako euskarrien hizkuntza
 - hartzaileen hizkuntza-profila
 - publizitatearen zabalkunderako kanal edo inguruaren arabera zein hizkuntza edo zein proportzio erabili
- Hizkuntza ezberdinetako mezuak hizkuntza bakoitzari egokituta egin dira (kalkoak ekidin, dagokion hizkuntzan sortu, kontuz hitz jokoekin...).
- Hartzaileen hizkuntza-preferentzia ezagutzen dugu, alegia, badakigu hartzaileek zein hizkuntzatan jasotzea nahiago duten.
- Idatzizko zein irudi bidezko euskarrietan genero-rol eta -estereotipoak saihestu eta hizkuntza ez-sexistaren erabilera bermatu dira, emakumeak izendatuz eta irudikatuz. Era berean, euskaldun eta euskarari buruzko esterotipoak saihestu ditugu (txapela, baserria, etab.)

IRIZPIDEAK

- Alor honetan parte hartzen duten profesional guztiek argi dituzte erakundearen estrategia eta hizkuntza-irizpideak.
- Hizkuntzen erabileraren jarraipena eta ebaluazioa egiten dugu, eta hobetzeko neurriak ezarri.