

PUBLIZITATEA: babesik onena HEZTEA



kontsumoBIDE

KONTSUMOKO
EUSKAL INSTITUTUA
INSTITUTO VASCO
DE CONSUMO

**HAURREK MERKATU ERAKARGARRIA osatzen dute
publizitate-agentzientzat.**

**Haurrak funtsezkoak izaten dira familiak kontsumo-
arloan hartzen dituen erabakietan. Haien erosahalmena
txikia bada ere, sentimenduen bitartez familia
konbentzitzeko ahalmen handia dute.**



**Gure HELBURUA honako hau da: Hurrei publikitate-mezuak biltzen dituen
INFORMAZIOA ETA PERTSUASIOA bereizten erakustea.**

PUBLIZITATEAREN ELEMENTUAK

PUBLIZITATE IRAGARKI BATEN AZTERKETA KRITIKOA egiten jakiteko,
nahitaezkoa da publikitate iragarki hori osatzen duten elementuak ezagutzea:

GIROA: Dekoratu bat, ordenagailu bidez eraturako irudia edo espazio errealak izan daitezke. Bata edo bestea aukeratuko da, iragarritako produktua zer publikori zuzentzen zaion kontuan hartuta.

MARKA ETA PRODUKTUA: Enpresa saltzaileak nola edo hala adieraziko du bere marka edo logotipoa, hori gogoan hartzea interesatzen baitzaio.

KOLOREA: Hartzailearengan sentipenak sortzea du helburu, horrela, iragarritako produktuak erakar dezan. Publiko gazteenarentzat kolore biziak erabiltzen dira.

MUSIKA: Hartzailearengan sentipenak sortzeko, oso garrantzitsua da zer motatako musika erabiltzen den.

SLOGANA: Hitzeko mezua da; erraz gogora daitezkeen hitz asoziazioak. Azken helburua iragarritako marka eta produktua gure oroimenean geratzea da.

PERTSONAIAK: Batez ere, pertsonaia erakargarriak erabilliko dira;
hau da, publikoarentzat erakargarriak direnak.

**Gazteei zuzendutako publikitate iragarkietan, kolore biziak,
pertsonaia ezagunak, eta eszena azkarrak eta dibertigarriak
erabili ohi dira.**



PERTSONA HELBURU

EUSKO JAURLARITZA



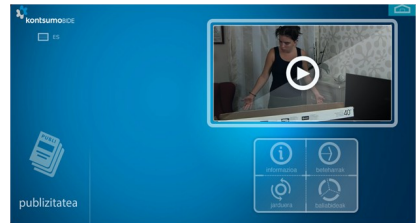
GOBIERNO VASCO

Publizitateari buruzko 1998ko azaroaren 11ko 34/1988 Lege Orokorren arabera, legeak honako publizitate mota hauek debekatuz babesten gaitu:

- Pertsonen duintasunari erasotzen dion publizitatea.
- Adingabeen esperientziarik eza edo sineskortasuna baliatzen duena.
- Bidegabeko publizitatea, engainagarria edo erasotzailea.
- Subliminala.
- Araudian ezarritakoa urratzen duena.

Informazio gehiago eta PUBLIZITATEARI buruzko material didaktikoak:

www.kontsumobide.eus



MARKISMOA

Marka jakin bateko produktuaren aldeko aukera egitea gizarte identifikaziorako elementu bihurtu da. Ez da identifikazio askea eta pertsonala izaten; atzean, publizitatearen eragina egon ohi da.

Marken garrantzia desmitifikatu behar da. Marka jakin bat aukeratzera bultzatzen gaituzten arrazoiez jabetuz.

GOGOAN IZAN:

- ◆ **Aztertu etxean publizitatea eta publizitateak erabiltzen dituen pertsuasio-technikak.**
- ◆ **Egin zenbait erosketa etxekoekin. Alderatu publizitatea benetako produktuekin. Baliatu erosketen unea kontsumoaren inguruan hezteko; irakurri etiketak, hitz egin eta aztertu zergatik erosten duzun produktu bat eta ez bestea.**
- ◆ **Publizitatea loteslea da. Kontsumitzaile garen aldetik, publizitatean eskaintzen zaiguna eskatzeko eskubidea dugu.**
- ◆ **Publizitate engainagarria edo legez kontrakoa sala dezakegu.**

Informazio gehiagorako:

www.kontsumobide.eus
Kontsumoko Euskal Institutua

www.autocontrol.es
Komunikazio Komertzialaren Autoarauketarako Elakartea