

TAILERRAREN INFORMAZIO GIDA

ARLOA: PUBLIZITATEA

TAILERRA: PUBLIZITATE SPOTA

Vitoria-Gasteiz

Adriano VI, 20-1. 01008
Tel: 945 01 66 00
Faxa: 945 01 66 01
Emaila: formacion-
araba@kontsumobide.eus

Bilbo

Nicolas Alcorta, 2. 48003
Tel: 94 403 22 20
Faxa: 94 403 22 21
Emaila: formacion-
bizkaia@kontsumobide.eus

Donostia / San Sebastián

Zarategi ibilbidea 82-84 Atz. 20015
Tel: 943 02 25 90
Faxa: 943 02 25 92
Emaila: formacion-
gipuzkoa@kontsumobide.eus



Erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

1. Helburua

Tailerraren helburu nagusia honako hau da: erabiltzaileei ohartaraztea komunikabideek eragin handia transmititzen digutela, publizitate-spoten bitartez. Lortu nahi dena zera da, tailerretik igaro ondoren, ikasleek pentsamendu kritikoak indartu edo garatzea publizitatearen eraginari dagokionez, eta pentsamendu horiek eguneroko bizitzara eramatea, egunerokotasunean ere kritikoak izateko eta gogoeta egiteko gai izan daitezen.

2. Edukiak

- Publizitate-spotaren kontzeptua
- Targetaren kontzeptua
- Targetaren arabera spotetan erabiltzen diren estrategiak
- Ikusleen arreta erakartzeko spotetan erabiltzen diren publizitate-gakoak

3. Jarduerak

3.1. Aurretikoa

Publizitateari buruzko egia/gezurra galdetegia emango da gelan betetzeko.

Ondoren, irakasleek zuzenduko duten eztabaida txiki bat egin beharko dute ikasle guztiek, hain zuzen ere, galdetegiaren edukiekin lotutako zenbait alderdiri buruz hitz egiteko eta inguruko jendearen iritzien berri izateko.

Adierazi baieztapen hauek egiazkoak edo gezurrezkoak diren:

- Publizitateak iragartzen dituen produktuei buruzko egia esaten du beti.
- Publizitateak batzuetan ziria sartzen digu.
- Publizitatearen helburua produktu jakin batzuei buruzko informazioa ematea da.
- Iragarkietako irudiak eta testuak produktuaren ezaugarriei soilik dagozkie.
- Publizitatearen azken xedea saltzea da.
- Publizitateak gure erosketa-ohituretan soilik du eragina.

- Publizitateak gure erosketa-ohituretan eragiteaz gain, gure pentsamoldeetan, gure jokabideetan, gure buruaz dugun irudian eta abarretan ere badu eraginik.
- Publizitateak bizitza benetan den moduan aurkezten du.
- Publizitateak errealitatea sinplifikatzen du.
- Publizitateak ez du eraginik gudan.

Gelan eman diren erantzunen inguruan hitz egin eta horiei buruzko eztabaida txiki bat ireki.

3.2. Tailerrari dagokionez

ARIKETA 1: ZERTAN DATZA PUBLIZITATEA

Jarduera honetan publizitateari buruzko bideoaren zati bat ikusiko da.

Jarduera honekin lortu nahi dena zera da, ikasleak pixka bat janztea unitate honetan landuko dugun gaian.

Bideoan hainbat alderdi lantzen dira, esaterako publizitate-agentziek telebista ikusten ari diren pertsonak konbentzitzeko erabiltzen dituzten irizpideak.

ARIKETA 2: PUBLIZITATE GAKOAK

Adibideen bidez azaltzea kontsumitzaileen arreta erakartzeko spotetan nagusiki erabiltzen diren gakoak.

ARIKETA 3: SPOTEN AZTERKETA

Talde handiak, azpitaldetan zatituta, 3 spot aztertuko ditu eta azpitalde bakoitzak alderdi bati erreparatuko dio: produktua, targeta eta musika. Ondoren, bateratze-lana egingo da.

3.3. Ondorengoak

2. jardueran azaldutako publizitate-gakoak biltzen dituen taula bat emango da. Jarduera honetan ikasleek jadanik ezagun dituzten spotetan edo Interneten bilatutako spotetan erabiltzen diren gakoak identifikatu beharko dituzte.

Hautatu spot batzuk eta hasierako gakoaren arabera sailkatzen saiatu. Gogoratu zein diren gako erabilienak eta haiei buruzko azalpenak:

Umorea: barregarria izatea.

Suspensea: jakin-minari eustea, zer gertatuko ote den, zer iragartzen ote den...

Kontrastea: nahita elkarren artean oso desberdinak diren gauzak batera jartzea, esaterako kolorearen, transmititzen dituzten sentrazioen edo aurkako egoeren arabera.

Nortasuna duen musika: musika gogoraerrazak, hain zuzen, spota ikusten dugun bitartean abesteko gogoia pizten digutenak eta ondoren, gogoratu eta askotan dagokion produktuarekin lotzen ditugunak.

Erotismoa: gorputza erakustea edo sedukzio-jarrerak aurkeztea.

Gauzatze bikaina: arreta oso ondo zaindutako irudi baten bidez erakarri nahi denean erabiltzen da gako hau. Gako hau erabiltzen duten spotek filmen zatiak direla dirudite askotan, publizitate-spotak izan ordez.

Baliabide teknologikoak: efektu bereziak, ordenagailu bidez egindako irudiak.

Estereotipo sexista: gizonen eta emakumeen arteko desberdintasunak sexu-arrazoiak soilik erabiliz nabarmentzea, hain zuzen batzuei eta besteei aplikatzen zaizkien estereotipo tipikoekin (emakumeak gidari txarrak dira, gizonek ezin dituzte bi gauza batera egin...)

Azken ustekabea: azken unean espero ez den zerbait gertatzen denean, esaterako istorioari buruzko zerbait edo azkenean produktua zein den jakiten denean.

IRAGARKIEN SAILKAPENA HASIERAKO GAKOAREN ARABERA
IRAGARKIEN SAILKAPENA HASIERAKO GAKOAREN ARABERA

	1. spota	2. spota	3. spota	4. spota	5. spota	6. spota	7. spota	8. spota
Umorea								
Suspensea								
Baliabide teknologikoak								
Gauzatze bikaina								
Kontrastea								
Nortasuna duen musika								
Erotismoa								
Estereotipo sexista								
Azken ustekabea								

4. Gaitasunekiko lotura

4.1. Bigarren Hezkuntza, Batxilergoa, OLHeta eskola-jatorriko taldeak

Hitzez, hitzik gabe eta modu digitalean komunikatzeko konpetentzia	Ikasten eta pentsatzen ikasteko konpetentzia	Elkarbizitzarako konpetentzia	Ekimenerako eta ekiteko espiriturako konpetentzia
✓	✓		

Izaten ikasteko konpetentzia	Hizkuntza- eta literatura-komunikaziorako konpetentzia	Matematikarako konpetentzia	Zientziarako konpetentzia
✓	✓		

Teknologiarako konpetentzia	Gizarterako eta herritartasunerako konpetentzia	Arterako konpetentzia	Konpetentzia motorra

4.2. Beste talde batzuk

Ama-hizkuntzan komunikatzeko gaitasuna	Atzerriko hizkuntzetan komunikatzeko gaitasuna	Matematika-gaitasuna eta oinarrizko gaitasunak zientzia eta teknologiaren alorrean	Gaitasun digitala
✓			

Ikasten ikasteko gaitasuna	Gaitasun soziala eta zibikoa	Ekimenaren zentzua eta enpresa-espirtua	Kultura-arloko kontzientzia eta adierazpena
✓			✓

5. Baliabideak

Informazio-gidak

- Kontsumo arduratsuari buruzko gida / Kontsumitzailearen hezkuntzari buruzko 133 tailer / Publizitatea (maleta)

http://www.kontsumobide.euskadi.eus/y10-kbdocs1/eu/contenidos/informacion/kb_pubs_mat_didac/eu_material/index.shtml

- KONTSUMO ALDIZKARIA: 8. zenbakia (2009) eta 2. zenbakia (2007ko 2. seihilekoa).

http://www.kontsumobide.euskadi.eus/y10-kbdocs04/eu/contenidos/informacion/kb_pubs_revistas/eu_kontsumo/index.shtml

- KONTSUMITZAILEEN ETA ERABILTZAILEEN GIDA. Kontsumo. Gobierno Vasco/Eusko Jaurlaritz 2005.

<http://www.kontsumobide.euskadi.eus/y10-kbdocs03/eu>

Material didaktikoak

- MATERIALES Y PROPUESTAS DIDÁCTICAS. Hezkuntza eta Zientzia Ministerioa.

<http://ares.cnice.mec.es/informes/12/contenido/pagina%2071.htm#4.7>

- PUBLICIDAD: UN ENFOQUE CRÍTICO. Hezkuntza Ministerioa

http://ntic.educacion.es/w3//recursos/fp/publicidad_un_enfoque_critico/index.htm

- ACTIVIDADES Y RECURSOS SOBRE PUBLICIDAD Y CONTRAPUBLICIDAD PARA LA ESO. Educastur blog
<http://blog.educastur.es/publi/>
- VALORES Y PUBLICIDAD
<http://valoresypublicidad.blogspot.com/>

Web-orriak

- 34/1988 Legea, azaroaren 11koa, Publizitate Lege Orokorra
http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-1988-26156
- Abenduaren 30eko 29/2009 Legea; Lege horren bidez lehia desleialaren eta publizitatearen lege-araubidea aldatzen da, kontsumitzaileen eta erabiltzaileen babesa hobetzeko.
http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2009-21162
- Métodos de análisis de la publicidad en el aula. Hezkuntza eta Zientzia Ministerioa.
<http://ares.cnice.mec.es/informes/12/contenido/pagina%2066.htm#4.4>
- Aprovechar las estrategias publicitarias. Hezkuntza eta Zientzia Ministerioa.
<http://ares.cnice.mec.es/informes/12/contenido/pagina%209.htm# 1.8>

- Definiciones de publicidad. Hezkuntza eta Zientzia Ministerioa.
<http://ares.cnice.mec.es/informes/12/contenido/pagina%2044.htm#331>
- Aprender del atractivo de la publicidad. Hezkuntza eta Zientzia Ministerioa.
<http://ares.cnice.mec.es/informes/12/contenido/pagina%2069.htm#4.6>
- Contenido del mensaje publicitario. Hezkuntza eta Zientzia Ministerioa.
<http://ares.cnice.mec.es/informes/12/contenido/pagina%20175.htm#9.2>

Helbide interesgarriak

Kontsumobide-ren kontsumoaren alorreko prestakuntza eta informazio zentroak

Vitoria-Gasteiz

Adriano VI, 20-1º. 01008

Telf: 945 01 66 00

Fax: 945 01 66 01

Email: formacion-araba@kontsumobide.eus

Bilbao

Nicolas Alcorta, 2. 48003

Telf: 94 403 22 20

Fax: 94 403 22 21

Email: formacion-bizkaia@kontsumobide.eus

Donostia / San Sebastián

Zarategi ibilbidea 82-84 Atz. 20015

Telf: 943 02 25 90

Fax: 943 02 25 92

Email: formacion-gipuzkoa@kontsumobide.eus