

REVISTA

Kontsumo

ALDIKARIA

Bazenekien?



Bazenekien?

Atal honetan, gure Kontsumo Geletako tailerretan egiten diren galderen arteko "izarrak" helarazi nahi dizkizuegu guztioi.

Gehien egiten diren galderak aukeratuko ditugu, gure kontsumo-eskoletara bertaratzen diren erabiltzaileengan kezkarik handiena sortzen dituzten galderak, alegia.

Era berean, kontsumoaren arloan arduraz eta autonomiaz moldatzeko erabilgarriak suerta dakizkigukeen informazioei edo bitxikeriei helduko diegu.

Ale honetan, hain zuzen ere, publizitatearen inguruko arazoei ekingo diegu. Publizitatearen jatorria zein den jakin, publizitate-kanpaina baten zokoak agerian jarri zein publizitateko adituek gu limurtzeko, adibidez.



Bazenekien duela mila urte publizitatea existitzen zela?

Zibilizazioen hastapenetan aurki ditzakegu publizitatearen aurreneko aztarnak, izan ere, Luxorreko obeliskoa eta Tebaseko papiroa aipatzen dira jatorri honen adibidetzat.

Bazenekien neskatila-mutikoez txiki-txikitatik bereizten dituztela iragarkiak eta telebista?

Jakintsuen arabera, 3-4 urteko haurrek iragarkiak eta telebista bereizten dituzte, 6-8 urtekoek gehienak, eta hamar urtekoek ia-ia guztiak. Pertzeptziozko ezaugarrietan oinarrituta egiten dute bereizketa hau: iragarkiak laburragoak direlako edo soinua altuago dagoelako... baina horrek ez du esan nahi adin horretara heldu arte, publizitate-mezua jasotzen ez dutenik.

Bazenekien neskatila edo mutiko batek, larunbat goiz batean eta katez aldatu gabe, janari azkar, opil edo gosegarrien 91 iragarki ikus ditzakeela?

Etxekoandreen, Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Elkartearen Espainiako Konfederazioak (CEACU) telebista eta haurrei buruz egin eta Madrilan aurkeztu duen hirugarren txostenaren arabera, mota horretako iragarki-kopuru hori aurki daiteke.

Bazenekien?



Azterlanak adierazten duenez, larunbat goiz batean, honelako 91 iragarki ematen dute Antena 3-en, 41 Telecinco-n eta 44 TVE-1-en.

Horren egilea den Lola Larak prentsaurrekoan salatu zuen honelako iragarkien, hots, kaloria-eduki handiko eta balio mantentzaile txikiko elikagaiei buruzko iragarkien kopuru "izugarria", eta besteak beste, frijituak, txokolateak eta edari azukredunak aipatu zituen.

Bazenekien publizitatean debekatuta dagoela marka baten publizitatea egiten ari den bitartean besteei aipua kentzea?

Desmarketinga deritzo publizitate-teknika honi, eta marka jakin baten produktuari aipua kentzean datza. Eskuarki, publizitatearen helburu den produktuaren markaren lehiakide zuzena denean erabiltzen da.

Europar debekatuta dago teknika hau, baina ez EEBBetan, eta han, maiz erabiltzen da, eta bereziki, elkarren artean lehiakideak diren kolazko bi freskagarriren iragarkietan.

Bazenekien pertsona ospetsuek, kirolariek... ezin dutela edozein produkturen publizitatea egin?

Izan ere, legeak debekatu egiten du zuzenean hurrei zuzendutako produktuen publizitatean pertsonaia ospetsuak erabiltzea.

Bazenekien publizitatean azaltzen diren pertsonak ez direla egiazko pertsonak?

Ziur, behin baino gehiagotan susmatu duzula, bada, arrazoa zenuen.

Normalean, bizpahiru pertsona erabiltzen dira iragarkian azalduko den pertsona lortzeko. Pertsona batek aurpegia jartzen du eta beste batek gorputza edo gorputz-zati bat, eta askotan, hirugarren batek, ahotsa jartzen du, iragarkia soinu bidezko hedabide batean emango bada.

