

8. ZK. ALDIZKARIA 2009

REVISTA

**K**ontsumo

ALDIZKARIA

Gaia honako hau da...

Publizitatea eta kontsumoa

# Publizitatea eta kontsumoa

Publizitatea hortxe dago beti, baita gure eguneroko bizitzan ere. Erostera bultzatzen gaitu, erosi, erosi, eduki, lortu, kontratatu... baina batzuetan ez gara konturatu ere egiten.

Gure gizarte-eredu honetan, antza, norbait "izateko" edo "izatera iristeko" garrantzitsuena "edukitzea" da, eta parametro horren arabera antolatzen dugu gure eguneroko bizitza, kontsumo arduragabearen inguruan.

## Egun bat Zarate familiarekin

*Larunbata da. Aste osoan lan eta lan, ikasten, eskolaz kanpoko jarduerak egiten... eta azkenean iritsi da asteburua!*

*Eva (ama) eta Luis (aita) goiz jaiki dira. Bart gauean antolatu zuten eguna: goizean goiz gosalduta eta bien artean bion gelak txukundu. Xabi eta Iker bikiek eta Anek bakoitzak bere gela txukundu behar dute eta gero arropa garbitu. 11:30ean izeba Maria Luisaren bila joango dira geltokira, asteburua beraiekin pasatuko baitu.*

*Aurreikusitakoa betetzen ari dira. Berriz etxean, bazkaria prestatu behar da eta familiako kide bakoitzari zeregin bat dagokio.*

*Azkenean, eseri dira mahaian.*

*Zein gozo dagoen dena! - dio izeba Maria Luisak.*

*Pozten naiz! - erantzun dio Luisek. Berak erre baitu arkumea.*

*Eskaintzan zegoen! Arkume osoa erosituz gero (20kg) entsaladak prestatzeko erretilua opari - azaldu du Evak.*

*Eta noiz jan behar duzue hainbeste arkume? - erantzun dio izeba Maria Luisak.*



Erosketak egiteko garaian, *egiaz zer behar dugun jakin behar dugu*, eta publizitatea, eskaintzak, opariak eta horrelako gauzak ikuspegi kritiko batetik begiratuta aztertu.

# Publizitatea eta kontsumoa

Iragartzen den hori erosketa-aukera ona den edo ez den jakin behar dugu, betiere norberaren edo familiaren premietan oinarrituta. Erosi modu arduratsuan!

*Azkenburukoekin ari direla, Anek bidaia-agentzia bateko katalogoa ekarri du. Izeba etxean denez, gurasoak konbentzitu nahi ditu asteburuan mutil-lagunarekin bidaiatxo bat egiten uzteko. Izebari erakutsi dio katalogoa eta eskaintzaren berri eman dio, haren konplizitatea lortu nahian.*

*Begira, izeba, ikusi eskaintza hau! Pagotxa ederra, ezta? 2x1 asteburua elurretan igarotzeko, soilik 80 € ordainduta. Hori bai mauka!*

*Bai, oso merkea ematen du! - erantzun dio izeba Maria Luisak.*

*Ea, ea. Utzidazu irakurtzen - dio Evak.*

*Katalogoa arretaz irakurri eta zera esan du:*

*Ane, irakurri al duzu letra txikiz dagoena? Honen arabera, 2x1eko eskaintza horretan ostatua baino ez da sartzen; gainerako guztia, hau da, autobus-txartela, forfai, dietak eta abar aparte ordaindu behar dira.*

*Anek desengainua hartu du. Poza putz.*

Bidaia bat edo bestelako zerbitzuren bat kontratatzeko garaian, kontratuaren baldintzak arretaz irakurri behar dira,

eta bereziki, letra txiki-txikiz agertzen dena. Ohiko moduan, datu jakin batzuk nabarmentzen dira publizitate-amutzat, kontsumitzailearen arreta eskuratzeko asmoz, baina eskaintzaren baldintzak ongi aztertuz gero, batzuetan eskaintza ez da hainbesterainokoa.

Hortaz, oso garrantzitsua da hauxe: irakurri arretaz publizitatean letra txikiz agertzen dena eta erabakia hartu aurretik, eska ezazu informazio gehiago!



*Anek katalogoa begiratzen jarraitzen du, eta kalkulagailuarekin kontuak egiten. Bien bitartean, bikiek ordenagailua piztu dute eta Interneten nabigatzen ari dira.*

*Xabik eta Ikerrek mugikor berria nahi lukete. Lagun batek esan dienez, eskaintza interesgarri bat dago eta aurkitu dute Interneten. Eta halaxe da: beste*



# Publizitatea eta kontsumoa

*operadore baterako eramangarritasuna eskatuz gero, 3G mugikor zoragarri bat ematen dizute, Facebook sare soziale-rako sarbidea duena, eta soilik 25 € ordainduta!*

*Amari deitu diote etortzeko, ordena-gailura hurbildu eta superpagotxa hori irakur dezan. Evak arretaz irakurri du informazioa eta "kontratazio-baldintzak" izeneko lotura bat aurkitu du:*

"10/12/31n amaituko da sustapena. Supermugikorraren PSP 25 €, gure operadorerako eramangarritasunen kasuan eta tarifa hau kontratatuta: "superplana + ordutegi librea" (25,90 €/hil BEZa barne), betiere gutxieneko ahots-kontsumoa 40 € izanik. Inter-neterako Tarifa Laua mugikorrean 15 €/hil (17,40 € BEZa barne), betiere gutxienez 24 hilabeteko iraunkortasuna izanik linearen zerbitzuko altan eta ahots-kontratuaren datuen modulan."

*Eva aho bete hortz geratu da. Eskaintza ez da dirudien bezain ona. Baldintza gehiegi bete behar dira eta hileko kontsumoa oso handia izango litzateke. Bikiek hilabetean mugikorrerako duten diru kopurua baino askoz handiagoa; beraz, ezin dute supermugikor hori erosi.*

*Xabik eta Ikerrek alde batera utzi dute ideia hori, baina hala ere, eskolara supermugikor horrekin joateak ilusioa egi-ten zien. Hausnarketa txiki bat eginda, konturatu dira ez dutela supermugikor horren beharrik lagunekin komunika-tzeko, egunero egoten direlako elka-rrekin eta, gainera, Internet ere badute etxean.*



Zerbitzu bat kontratatu behar denean, kasu honetan, esaterako, telefonia mugikorra, oso garrantzitsua izaten da sustapenaren baldintzak irakurri eta aztertzea: zer tarifa, zer zerbitzu estra kontratatu behar diren, iraunkortasuna... Publizitatean datu deigarrienak nabarmentzen dituzte, "amua", baina konpainiarekin hartu beharreko egiazko konpromisoaren berri izan behar dugu kontratua sinatu aurretik. Baldintza guzti-guztiak ongi aztertu ostean, erabaki arduratsua hartu ahal izango dugu, norberaren egoeraren arabera.

# Publizitatea eta kontsumoa

*Kafea hartzen ari direlarik, izeba Maria Luisak esan du laster Osasun Zentrora joango dela familia-medikuarekin hitz egitera.*

*Zer duzu, bada, Maria Luisa? Gaixo al zaude? - galdetu dio Luisek, kezkatuta.*

*¡Ez, ez, baita zera ere! Primeran nago! Baina geltokian nengoenean markesinan iragarki bat ikusi dut; zera zioen, "65 urte baino gehiago badituzu, zoaz osasun-zentrora eta eskatu informazioa gripearri buruz".*

*Ederki! Informazioa izateak ez du kalterik egiten! - erantzun dio Evak*

Batzuetan, publizitateak ez digu "ezer saltzen"; soilik informazioa edo gomendioak ematen dizkigu gai jakin batzuen gainean: osasuna, bide-segurtasuna edo kontsumo arduratsua, esaterako.

Publizitateak inpaktu handia izaten du eta herritar askorengana iristen da, dela formatu inprimatuetan (kartelak, panelak...), dela ikus-entzunezko komunikabideen bidez (TB, irratia, Internet...). Hori dela-eta, erakundeek ere publizitate - teknikak baliatzen dituzte gu kontzientziazteko, informatzeko edo sentibilizatzeko.

*Luisek mahaia jaso du eta ontzi-garbigailua martxan jartzera doa. Sukaldean egunkaria ikusi du eta gehigarriko iragarki bat irakurtzen hasi da: "Bidaiatu*

*segurtasun osoz superauto honetan eta krisiak ez diezaiola eragin zure segurtasunari, ezta zure familiarena-ri ere".*



*Pentsakor geratu da... Egia esan, oraingo autoa zahar samarra da eta berria erosi beharko lukete. Gainera, eskaintza horretan "renove" laguntzak aipatzen dira. Interesgarria!*

*Une horretan, Evak pentsamenduetan murgilduta aurkitu du Luis.*

*Zer ari zara pentsatzen, ontziak eskuz edo garbigailuan garbituko dituzun?- galdetu dio barrez.*

*Hara, harrapatunauzu! - Luisek egunkariko gehigarria erakutsi dio eta esan dio auto berria erosteko ideia aspaldian zeukala buruan, eta agian eskaintza hori aukera ona izan daitekeela.*

*Beno, beno, lasai. Datorren astean joango gara kontzesionariora eta azalduko digute hobeki! - erantzun dio Evak.*



# Publizitatea eta kontsumoa

*Baina ez izan itxaropen handirik. Lehenik kontuak egin beharko ditugu; izan ere, iragarkietan dena oso erraza baita!*

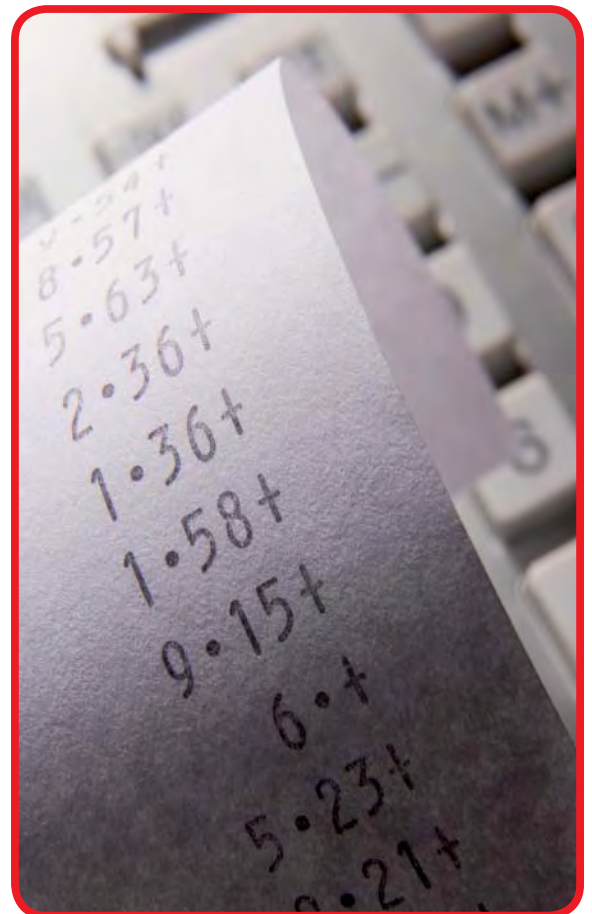
Kontsumitzaileari erostera bultzatzearen, publizitateak datu deigarriak nabarmentzen ditu arreta eskuratzeko. Zenbait kasutan, gerta daiteke nahasteak eragitea edo produktuari buruzko informazio garrantzitsua komunikatzeko garaian behar bezain argia ez izatea; adibidez, behin betiko prezioa, prestazio tekniko zehatzak eta prezio horretan sartzen diren ekipamenduak; ordaintzeko moduak edo finantziarioa, zein gastu erantsi dituen; merkataritza-bermeak (izanez gero)...

Azken batean, kontsumitzaileak nahitaez jakin behar ditu datu horiek eta publizitatean ez dira beti argi eta garbi azaltzen. Horregatik, erosteko erabakiak hartzeko garaian, oso garrantzitsua da egiazko baldintzak ezagutzea.

## Horretarako, hona hemen hainbat gomendio:

- Irakurri publizitatearen "letra txikia".
- Eskuratu zuzenean erosketa-baldintzei buruzko informazioa:
  - Produktuaren prestazio teknikoak.
  - Behin betiko prezioa eta prezio horretan zer sartzen den (BEZa...).
  - Finantzatzeko moduak (UTB %-a, komisioak, aldiak...).

- Merkataritza-bermea (legez bermea 2 urtekoa da).
- Gorde produktuaren sustapenari buruzko publizitate guztia. Publizitatea loteslea da eta iragarritakoa ez badator bat egiazko eskaintzarekin, iragarritakoa eskatu behar da.
- Konparatu hainbat marka, eskaintza onena zein den erabakitzeko.
- Hausnartu produktu horren premia bate ote duzun, egiaz.
- Erosi modu arduratsuan.



# Publizitatea eta kontsumoa

## Eta publizitatean eskainitakoa betetzen ez bada:

- Zoaz establezimendura bertara, aurkeztu publizitate-euskarria (liburuxka, katalogoa, iragarki inprimatua...) eta eskatu iragarritakoa.
- Erreklamazioari behar bezain ongi erantzuten ez badiote, zoaz Eusko Jaurlaritzaren Kontsumo Ordezkaritzara, KIUB batera edo Kontsumitzaileen Elkarte batera, eta eskatu informazioa eta aholkuak.

*Arratsaldeko 17:00ak; familia kalera ateratzear dago. Ane etxean geratu da ikasten eta asteburuko bidaiatxo egiteko beste aukera batzuk bilatzen. Bikiak futbol-partida bat jokatzera joan dira, lagunekin. Eva eta Luis ere lagunekin geratu dira, eta izeba Maria Luisa haiekin joango da. Giro aparta dago hirian barrena paseotxo bat egin eta deskonektatzeko.*

*Bidaia-katalogoa, supermugikorraren eskaintza, autoaren pagotxa... Horrek guztiak ez du presarik. Ez dira ezinbestekoak arratsalde atsegina igarotzeko.*



8.ZK. ALDIZKARIA 2009

REVISTA

**K**ontsumo

ALDIZKARIA

Zuri gerta dakizuke



# Zuri gerta dakizuke

Hamaika iragarki ikusitakoak gara, eta ziur horietakoren batek hausnarketa eragin izan dizula publizitateak batzuetan transmititzen dituen balio "zalantzagarri" buruz.

Jarraian, telebistako spot bati buruzko epai judizial bat aurkeztuko dugu; izan ere, iragarkiaren edukia oso bortitza zelakoan, salaketa jarri zioten.

## *Legez kontrako publizitatea telebistaz emateagatik zigortutako enpresa.*

Epaiak, AUC Asociación de Usuarios de la Comunicación/Komunikazioaren Erabiltzaileen Elkarteari arrazoia eman zion. Enpresa baten iragarki jakin batean indarkeriara bultzatzen zela eta jarrera agresiboak sustatzen zirela onartu zuen.

Madrilgo epaitegi batek, 2004. urtean, AUC Komunikabideen Erabiltzaileen Elkarteak aurkeztutako erreklamazioa baietsi zuen eta enpresak iragarkia kendu behar izan zuen; publizitate-iragarki horretan auto bat iragartzen zen eta irudien bidez indarkeriara edo jarrera antisozialak izatera bultza zitekeen, beldurra edo sineskeria eragin, edo gehiegikeriak, zuhurtziagabekeria, zabarkeria edo jarrera agresiboak sustatu.

Iragarkian enpresa bateko ustezko presidentea agertzen zen eta enpresako zuzendari nagusiaren autoaren gurpilak zu-

latzen ari zen elementu zorrotz batekin; izan ere, ezin baitzuen jasan zuzendari nagusiaren autoa berea baino hobea izatea.

Iragarkian, off-eko ahots batek esaldi hauek esaten zituen:



*"Ikusi al duzu zuzendari nagusi berriaren autoa?"*

*"Zuzendari nagusi berriaren autoa ikusgarria da!"*

*"Negozioetako 1. araua: zuzendari nagusiak ez du inoiz erosi behar presidentearena baino auto hoberik".*

Epaiaren arabera, enpresak iragarkia kendu behar izan zuen; horretaz gain, Estatu osoan zabaltzen diren bi egunkari eta hiru telebista-katetan argitaratu eta ezagutarazi behar zuen epaia, enpresak ordainduta, eta legez kontrakotzat jotako publizitatearen garrantzi eta ordu-tegi berarekin.

8.ZK. ALDIZKARIA 2009

REVISTA

**K**ontsumo

ALDIZKARIA

Zure eskubidea da...



# Zure eskubidea da...

Publizitatea komunikatzeko modu subjektibo eta interesatua da, eta informazio baliotsua eman diezaguke, baina jarrera kritikoz aztertu beharrekoa da. Konbentzitzeko ahalmen handia du, izan ere, publizitatearen helburu nagusia produktua saltzea edo xede-publikoaren jarrera eta portaeretan eragitea izaten baita.

Hamaika bidetatik iristen zaigu, mezu motibatzaileen bidez eta erraz gogortzeko moduan; premia berriak sentiarazten dizkigu.

Publizitate-mezuak eta gizarteak aldi bereko bilakaera izan dute. Gaur egungo publizitatean, ideia hau da nagusi: "Zoriontsu izateko, autoerrealizatzeko eta gizartean integratzeko, nik eskaintzen dizudana ezinbestekoa duzu".

Gaur egun, publizitate-tekniketan balio jakin batzuk gorai patzen dira; hala nola, familia, maitasuna, edertasuna, arrakasta... eta sentazioen eta sentimenduen bidez bizimodu jakin bat "saltzen" digute. Horretaz gain, publizitateak unean uneko egoerak baliatzen ditu konponbide errazak eskaintzeko. Adibidez:

- Krisialdi ekonomikoa, familiaren zorpetzea ▶ kreditu errazak, zorrak bateratzea.
- Uda iristear da, "bikini-operazioa" ▶ zelulitisaren kontrako kremak, argaltzeko produktuak...



Publizitateak gero eta eragin handiagoa du gure kulturaren eta, beraz, kontrolatu egin behar da. Artikulu honetan, publizitatearekin loturik, kontsumitzaileok babesten gaituzten zenbait eskubide landuko ditugu.

Azaroaren 11ko 34/1988 Legearen, hau da, Publizitatearen Lege Orokorren arabera, publizitatea hau da:

*"Publizitatea komunikazio-era bat da, merkataritza, industria, eskulangintza edo bere lanbideko jardueran pertsona fisiko edo juridiko, publiko edo pribatu batek egindakoa, zuzenean edo zeharka, ondasun higigarri edo higiezinak, zerbitzuak, eskubideak eta betebeharrak kontratatzeko asmoz"*



# Zure eskubidea da...

## Legez kontrako publizitatea bost taldetan banatzen du:

- Pertsonen duintasunari erasotzen dio-  
na edo Konstituzioan onartutako ba-  
lio eta eskubideak urratzen dituena,  
berezi, haur, gazte eta emakumeei  
dagokienez.
- Iruzurrezko publizitatea.
- Bidegabeko publizitatea.
- Publizitate subliminala: subkontzien-  
tearen gain eragiten du kanpoko  
sentsazio edo estimuluen bidez; gure  
zentzumenek ez dituzte sentsazio edo  
estimulu horiek modu kontzientean  
atzematen baina iragarritako produk-  
tu edo zerbitzua kontsumitzera bul-  
tzatzen dute.
- Produktu, ondasun, jarduera edo  
zerbitzu jakin batzuen publizitatea  
arautzen duen araudian ezarritakoa  
urratzen duen publizitatea.



## Gainera, kontuan izan behar dugu zenbait produkturen publizitatea berariazko arauen bidez araututa dagoela:

*Botikei dagokienez:* botika batzuk soilik (baldintza jakin batzuk betetzen dituzte-  
nak, esaterako, medikuaren agindua edo  
diagnostikoa eskatzen duten patologie-  
tarako ez direnak) publizitatu daitezke.  
Horretaz gain, publizitate horrek alde  
aurreko administrazio-baimena, kontrola  
eta zaintza izaten ditu.

*Edari alkoholdunen eta tabakoaren pu-  
blizitatea:* debekatuta dago tabakoa eta  
20° baino gehiagoko edari alkoholdunak  
telebistan iragartzea. Halaber, debe-  
katuta dago edari alkoholdunen eta ta-  
bakoaren publizitatea egitea produktu  
horien salmenta eta kontsumoa debeka-  
tuta dagoen tokietan.

*EAEEn,* debekatuta dago tabakoaren eta  
edari alkoholdunen kanpoaldeko pu-  
blizitatea egitea, baita EAEko irrati eta  
telebista-kateetan edari alkoholdun guz-  
tien publizitatea egitea ere, 08:00etatik  
22:00etara bitarte.

Banketxe eta kutxetako *finantza-produk-  
tuen publizitatea* Espainiako Bankuak  
baimendu behar du alde aurretik. Espai-  
niako Bankuak ez ditu arautzen finantza-  
arloko bitarteko enpresak; ohiko moduan,  
kreditu errazak iragartzen dituzte.

# Zure eskubidea da...

***Kontsumitzaile eta erabiltzaile zaren aldetik, honako hauetarako eskubidea duzu:***

- **Informazio zuzena, osoa, objektiboa eta egiazkoa jasotzeko eskubidea.**

Kontsumitzailearen eskura jartzen diren ondasunen eta zerbitzuen ezaugarriei buruzko informazio osoa eta ulergarria eman behar digute, hautaketa jakinaren gainean eta arrazoizko eran egin ahal izateko, eta ondasunak eta zerbitzuak segurtasunez eta gogobetetasunez erabil ditzagun.

- **Iragarkian eskaintzen den hori bera eskatzeko eskubidea.**

Publizitatearen edukia loteslea da; bestela esateko, kontratu-izaera du, eta, beraz, eduki hori betetzea eska daiteke. Alegia, produktu bat erosi edo zerbitzu bat kontratatu baduzu, eta kontratatutakoa ez badator bat iragarritakoarekin.

- **Legez kontrako publizitatea kendu edo zuzentzea eskatzeko eskubidea.**

Kaltetua izan den pertsona natural edo juridiko orok enpresa iragarleari eska diezaioke legez kontrako publizitatea kentzea edo, dagokionean, zuzentzea.

- **Ez baduzu nahi, publizitaterik EZ jasotzeko eskubidea..**

Datu Pertsonalak babesteari buruzko Legearen 30. artikuluan, publizitatea

eta merkataritza-prospekzioa helburu duten tratamenduak aipatzen dira; artikuluko horren arabera:

- **Pertsonak eskubidea dute beren datu pertsonalak nondik datozen jakiteko.**



- **Interesdunek eskubidea izango dute, aldez aurretik eskatuta eta inolako gasturik ordaindu gabe, haiei dagozkien datuen tratamenduari uko egiteko; kasu horretan, tratamenduan baja emango zaie eta tratamenduan haiei buruz dauden informazioak ezabatu egingo dira, eskatu hutsarekin”.**

Eskubide horiek urratzen badira, Datuak Babesteko Agentziara jo dezakegu. ([www.agpd.es](http://www.agpd.es))