

4. Segurtasuna

4.2. Datu pertsonalen eta identitate digitalaren babesa:

4.2.4. Publizitate baztergarria

CRUE-REBIUNek egindako eta Mondragon Unibertsitateko Bibliotekak moldatutako materiala

Segurtasuna.

**Datu pertsonalen eta
identitate digitalaren
babesa**

Publizitate baztergarria



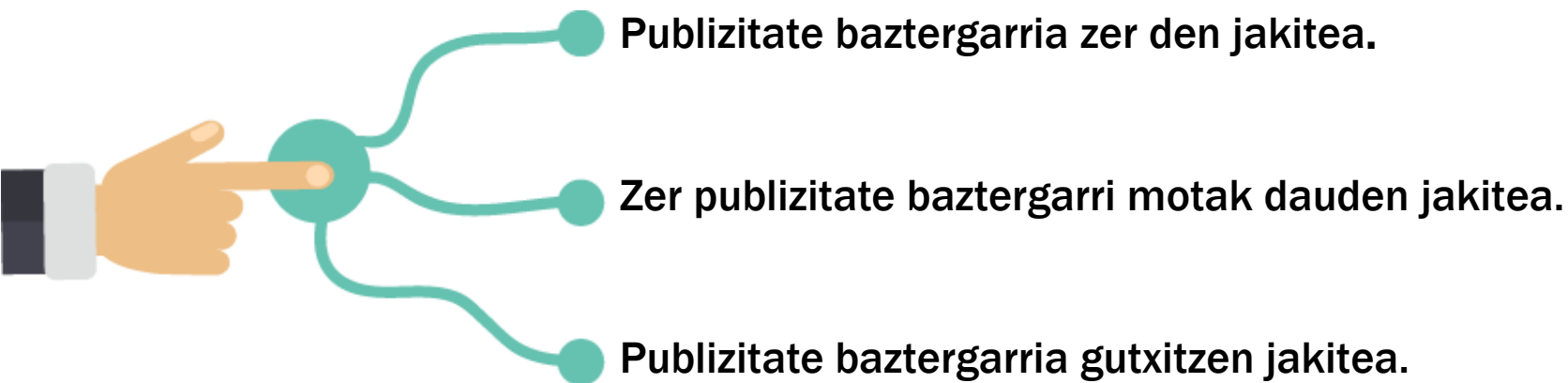
CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

HELBURUAK

Jarduera hau egin ondoren, gaitasun hauek lortu behar zenituzke:



AURKIBIDEA

- Publizitate baztergarria zer den
- Publizitate baztergarri motak
- Publizitate baztergarriarekin loturiko gomendioak
- Gehiago jakiteko...

PUBLIZITATE BAZTERGARRIA: ZER DEN ETA ZER MOTA DAUDEN

Publizitate baztergarri deritzo esparru pribatuan gauzatzen diren komunikazio **inbaditzaile eta gogaikarrien** multzoari.

Hiru mota bereiz daitezke:



ZUZENKO PUBLIZITATEA

Kontsumitzaile potentzial batengana zuzenean iristeko erabiltzen diren tekniken eta baliabideen multzoa da zuzeneko publizitatea. Helburua produktu bat saltzea da. Hona hemen adibide batzuk:

★ Banner-ak edo display-ak	Webgune batzuetan edukien inguruan ipintzen diren mezu deigarriak eta irudi bizidunak.
★ Posta elektronikoa	Posta elektronikoko batean izena ematean, publizitatea, eskaintzak eta albisteak bidaltzea onartzen dugu. Hona hemen zenbait konponbide: mezu horiek spam gisa markatzea edo izen-ematea bertan behera uztea, banan-banan edo plataformaren baten bitartez (adibidez, Unsubscriber).
★ Laster-leihoak edo pop-up-ak	Web-nabigatzaile batean edo ordenagailuaren pantailan bat-batean agertzen diren irudi edo bideoak.
★ Emaitza babestuenak	Bilaketa edo eduki baten emaitzaren mozorropean agertzen diren iragarkiak. Argibideren bat izan ohi dute: “iragarkia”, “ad”, “barestua”...
★ Bideo laburrak	Aukeratu dugun bideoaren aurretik nahitaez ikusi behar izaten ditugun irudiak.

ZEHARKAKO PUBLIZITATEA

- ★ Kontsumitzaile bakoitzari pertsonalki bidali orde, batzuetan, komunikabide masiboak erabiltzen dira mezua helarazteko; kasu honetan, Internet. Adibidez, blogariek, youtuberrek eta *influencer* delakoek sare sozialetan hedatzen dituzten bideoak. Edukiak askotarikoak izan daitezke: erosketak, azalpenak, *unboxing*-a, produktuen alderaketak...

Batzuetan, marken laguntzarekin eta babesarekin hedatzen da.



Publizitate-edukiak ere hala identifika daitezke.

IRAGARKI PERTSONALIZATUAK

- ★ Markek honako jokabide hauek izan ditzakete:
 - Sareko aplikazio edo joko batean erregistratzean, haien sare sozialetan izena ematean edo webgune batean cookie-ak onartzean ematen ditugun **datu pertsonalak biltzen dituzte**.
 - **Erabilera-profilak sortzen dituzte** (arestiko datuei esker), lehentasunekin, jarraitzen ditugun estekekin, galdetegietako erantzunekin eta halakoekin.
 - Informazio hori ustiatuz, **iragarki pertsonalizuak** sortu, eta edozein bideren bitartez agertzen dituzte (adibidez, online denda batean auto bat begiratu ondoren, denda edo auto horrekin loturiko iragarkiak agertuko zaizkigu beste edozein webgunetan).
- ★ **Sare sozialetan**, publizitate pertsonalizuaren fenomenoak garrantzitsuagoa da, erabiltzaileei buruzko ezagutza-maila oso handia baita. Iragarkiak ezin dira saihestu, baina aukeratu daitezke nola kudeatu, normalean «iragarkien lehenespenak» edo «iragarkien konfigurazioa» izendatu ohi den aukeraren bitartez.

GOMENDIOAK

Publizitate
baztergarririk
jaso nahi ez
baduzu...



- ❖ Eman izena **Robinson zerrenda**n (publizitaterik ez jasotzeko fitxategi komuna).
- ❖ Erabili iragarki-blokeatzaileak edo ordenagailurako programa espezifikoak, iragarki kopurua murriztu eta mugatzeko.
- ❖ Aukeratu **Interneteko publizitaterik gabeko tokiak** edo publizitate ez hain inbaditzailea erabiltzen dutenak. Horretarako, baliagarria da kalitatezko edukiak eta iturri fidagarriak identifikatzea, eta ahal dela ofizialak.
- ❖ **Saihestu publizitate pertsonalizatua**, bai sare sozial nagusietan edo sareko beste zerbitzu-plataforma batzuetan iragarkiak konfiguraturaz, bai desegokiak iruditzen zaizkizun iragarkiak salatzen aukerak erabiliz.



GOMENDIOAK

Publizitate
baztergarririk
jaso nahi ez
baduzu...



- ❖ Erabili enpresek eskaintzen dituzten **mekanismoak** komunikazioak jasotzeari uko egiteko.
- ❖ Ez eman **baimenik**: kontuz ibili, eta erreparatu onartzeko botoien gainean agertzen diren laukitxo guztiei.
- ❖ Ukatu **baimena**, telefonoz edo posta elektronikoz, enpresa batek zure datu pertsonalik erabil ez dezan.
- ❖ Baliatu **aurka egiteko eskubidea** zure daturik erabil ez dezaten publizitate-helburuekin.
- ❖ Baliatu **datuak ezabatzeko eskubidea**, zure datu pertsonalak ezabatu eta inongo helburutarako erabil ez ditzaten.

GEHIAGO JAKITEKO...

Kontsultatu:

[Espainiako Publizitate Behatokia](#)

[Datuak Babesteko Espainiako Agentzia](#)

[Nola saihestu publizitate baztergarria](#)

[Nola ezabatu posta elektronikoko publizitatea](#)



**Mondragon
Unibertsitatea**

Biblioteka

Zalantzarik baduzu, galdetu zure [bibliotekan](#):



**Basque Culinary Center
Biblioteka**

Juan Abelino Barriola pasealekua, 101
20009, Donostia, Gipuzkoa.
T. 943574514
biblioteca@bculinary.com

**Enpresa Zientzien Fakultatea
Biblioteka**

Ibarra Zelaia, 2
20560, Oñati, Gipuzkoa.
T. 943718009
biblioteca.enpresagintza@mondragon.edu

**Humanitate eta Hezkuntza Zientzien Fakultatea
Biblioteka**

Dorleta, z/g.
20540, Eskoriatza, Gipuzkoa.
T. 943714157
biblioteca.huhezi@mondragon.edu

**Goi Eskola Politeknikoa
Biblioteka**

Campus Iturripe. Loramendi, 4. 20500 Arrasate – Mondragon, Gipuzkoa.
Campus Orona Ideo. Fundazioa eraikuntza, Jauregi Bailara, z/g. 20120 Hernani, Gipuzkoa.
T. 943794700
biblioteca.mgep@mondragon.edu