

## 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



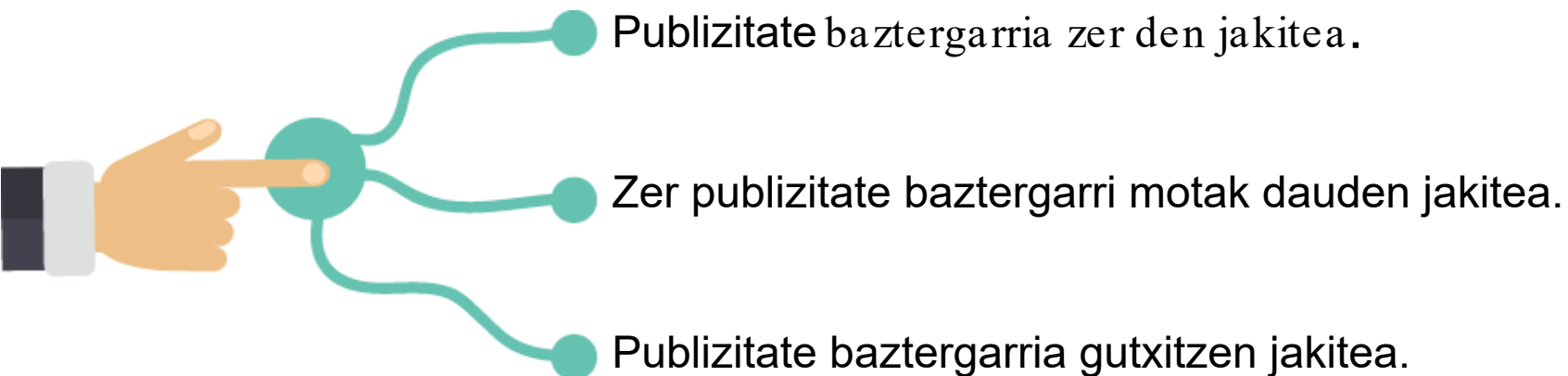
**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# HELBURUA

Jarduera hau egin ondoren, gaitasun hauek lortu behar zenituzke:



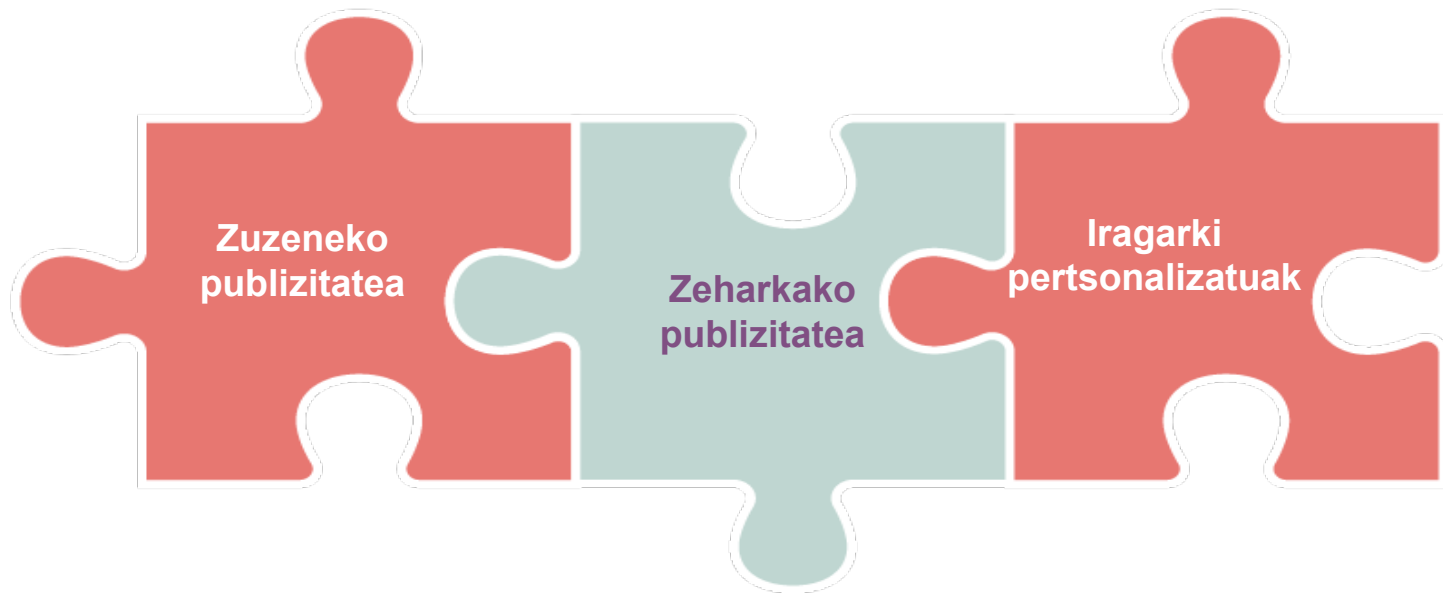
# AURKIBIDEA

- Publizitate baztergarria zer den
- Publizitate baztergarri motak
- Publizitate baztergarriarekin loturiko gomendioak
- Gehiagojakiteko...

# PUBLIZITATE BAZTERGARRIA: ZER DEN E ZER MOTA DAUDEN

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

Hiru mota bereiz daitezke:



# ZUZENKO PUBLIZITAT

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

★ <b>Banner-ak edo display-ak</b>	Webgune batzuetan edukien inguruan ipintzen diren mezu deigarriak eta irudi bizidunak.
★ <b>Posta elektronikoa</b>	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, <a href="#">Unsubscriber</a> ).
★ <b>Laster-leihoak edo pop-up-ak</b>	Web-nabigatzaile batean edo ordenagailuaren pantailan bat-batean agertzen diren irudi edo bideoak.
★ <b>Emaitza babestuenak</b>	Bilaketa edo eduki baten emaitzaren mozorropean agertzen diren iragarkiak. Argibideren bat izan ohi dute: “iragarkia”, “ad”, “babeztua”...
★ <b>Bideo laburrak</b>	Aukeratu dugun bideoaren aurretik nahitaez ikusi behar izaten ditugun irudiak.

# ZEHARKAKO PUBLIZITAT

- ★ 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 PERTSONALIZATU

★ 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 pertsonalizatuak** 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 pertsonalizatuaren fenomenoak garrantzitsuagoa da, erabiltzaileei buruzko ezagutza-maila oso handia baita. Iragarkiak ezin dira saihestu, baina aukeratu daiteke 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