

NORMES DE PUBLICITAT

Normes Reguladores d'Emissió de la Publicitat en els Mitjans de Comunicació de Ràdio i Televisió de Mallorca.

INTRODUCCIÓ

El desenvolupament d'aquestes normes té en compte, en primer lloc, els preceptes continguts en la Llei 34/88 d'11 de novembre, General de Publicitat, que és el marc jurídic recent, que ha de presidir qualsevol regulació específica sobre Publicitat.

No obstant, encara que la Llei General de Publicitat regula aquesta matèria, substituint en la seva totalitat l'anterior Estatut, la nostra singular activitat exigeix, tenint en compte les disposicions generals, un desenvolupament normatiu concret, d'obligat compliment per part de les empreses que vulguin contractar els seus serveis amb Ràdio i Televisió de Mallorca; criteri ja seguit en els diferents serveis públics de ràdio i televisió de l'Estat espanyol.

S'exclouen de l'àmbit d'aplicació d'aquestes normes, el dret d'accés dels grups polítics i socials significatius, així com l'accés de les minories, que haurà de ser fixat en una reglamentació específica.

Les normes prohibeixen molt especialment la publicitat que atempti contra la dignitat de la persona o vulneri els valors i drets reconeguts a la Constitució, especialment en que faci referència a la infància, la joventut i la dona, la publicitat enganyosa, la publicitat deslleial i la publicitat subliminar.

Es concedeix una atenció especial a la reglamentació dels principis d'autenticitat i veracitat, així com el de lliure competència, com a garantia essencial dels drets dels consumidors.

Les normes que aquí es recullen estan subjectes a una realitat social canviant per això haurà de ser l'experiència la que doni l'embranchada definitiva a aquestes normes o a la seva modificació si fos pertinent.

NORMES D'ADMISSIÓ DE PUBLICITAT

NORMA 1

La Ràdio i Televisió de Mallorca podrà contractar espais de publicitat, per ser emesos entre els programes dels mitjans de comunicació que gestiona.

NORMA 2

Els anuncis publicitaris han d'informar correctament i veraç a l'espectador, afavorint la seva llibertat d'elecció com a consumidor de productes i usuari de serveis, dins un sistema de lliure competència en el mercat.

NORMA 3

La publicitat s'emetrà en blocs o espais publicitaris clarament diferenciats dins de la programació, i, en cap cas, condicionarà el contingut d'aquesta. També es podran incloure presència de producte i sobreimpressions dins del programes que pel seu contingut ho permetin.

La Ràdio i Televisió de Mallorca es reserva expressament el dret d'emetre qualsevol tipus de publicitat no contemplada en el paràgraf anterior.

NORMA 4

No s'admetrà la publicitat il·lícita, entenent com a tal: la que atempti contra la dignitat de la persona o vulneri els valors i drets reconeguts a la Constitució, de l'Estatut d'Autonomia de les Illes Balears i el Codi Ètic de Ràdio i Televisió de Mallorca, especialment en allò que faci referència a la infància, la joventut i la dona.

NORMA 5

No s'admetrà la publicitat enganyosa, entenent com a tal: la que de qualsevol manera, inclosa la seva presentació, indueix o pugui induir a errades als seus destinataris, que pugui afectar el seu comportament econòmic, o perjudicar o ser capaç de perjudicar un competidor.

Així mateix, és enganyosa la publicitat que silenciï dades fonamentals dels béns, activitats o serveis quan aquesta omisió indueixi a errades als destinataris.

NORMA 6

No s'admetrà publicitat deslleial, entenent com a tal:

a) La que pel seu contingut, forma de presentació o difusió provoca el descrèdit, denigració o menyspreu directe o indirecte d'una persona, empresa o dels seus productes, serveis o activitats.

b) La que indueixi a confusió de les empreses, activitats, productes, noms, marques, o altres signes distintius dels competidors, així com la que faci ús injustificat de la denominació, sigles, marques o distintius d'altres empreses o

institucions i, en general la que sigui contrària a les normes de correcció i bons usos mercantils.

c) La publicitat comparativa, quan no doni suport a característiques essencials, afins i objectivament demostrables dels productes o serveis, o quan es contraposin béns o serveis amb d'altres no similars o desconeguts, o de limitada participació en el mercat.

NORMA 7

No s'admetrà la publicitat subliminar, entenent com a tal: la que mitjançant tècniques de producció d'estímuls d'intensitat frontereres amb els llindars dels sentits o anàlogues, pugui actuar sobre el públic destinatari sense ser conscientment percebuda.

NORMA 8

No s'admetrà publicitat d'idees de contingut filosòfic, polític o religiós.

NORMA 9

No s'admetran anuncis publicitaris que mitjançant la imatge, el llenguatge o els efectes sonors, incitin a la violència, els que apel·lin a la por o a la superstició, o els que directament o indirecta puguin fomentar abusos, imprudències o conductes agressives.

Tampoc s'admetran anuncis susceptibles d'incitar a la crueltat i maltractament de persones i animals o a la destrucció del paisatge i els valors ecològics.

NORMA 10

Els productes estupefaents, psicotròpics i medicaments, destinats al consum de persones i d'animals, només podran ser objecte de publicitat en els casos, formes i condicions establertes en les normes especials que els regulen.

NORMA 11

Es prohibeix la publicitat de tabacs i de begudes amb graduació alcohòlica superior a 20 graus centesimals.

NORMA 12

Amb caràcter excepcional, es podrà autoritzar l'emissió d'anuncis de concursos organitzats per les Empreses Anunciant dels productes, serveis o marques objecte de publicitat, i en qualsevol cas, l'interès primordial haurà de recaure en el producte amb el qual s'associa el concurs. Els premis o objectes es mostraran de forma real, sense donar a l'espectador una impressió falsa o exagerada dels mateixos. S'haurà d'explicar clarament la mecànica d'adjudicació de tals premis o objectes. S'exceptua d'aquesta norma els anuncis de l'Organisme Nacional de Loteria i Apostes de l'Estat, ONCE i qualsevol altre tipus de jocs, sortejos o ofertes patrocinades per institucions o organismes de caràcter públic o benèfic.

NORMA 13

El català és l'idioma vehicular dels mitjans de Ràdio i Televisió de Mallorca. Per aquest motiu s'incentivarà el seu ús. Els textos parlats i escrits dels anuncis Hauran d'estar redactats correctament, evitant la utilització d'expressions grolleres, de mal gust o que van contra la normalitat lingüística del català.

NORMA 14

La publicitat de materials o productes sanitaris, d'higiene o bellesa, i d'aquells altres sotmesos a reglamentacions tècnico-sanitàries, així com la dels productes, béns, activitats i serveis susceptibles de generar riscos per la salut o seguretat de les persones o del seu patrimoni que hagin estat regulats per normes especials, haurà de tenir en compte, en tot cas, el contingut d'aquestes, especialment quant a les formes i condicions de difusió dels missatges publicitaris, i estarà subjecte a la prèvia autorització dels organismes competents.

NORMA 15

Els anuncis que incloguin termes estadístics, tècnics i científics hauran de ser utilitzats sense induir a errades d'interpretació. No s'admetran fórmules que simulin enquestes d'opinió o de mercat, i no responguin a una metodologia científica.

NORMA 16

Les mencions o guardons, diplomes o premis concebuts al producte o serveis que s'anuncia, l'ús "Denominació d'Origen", i les afirmacions rellevants sobre la natura, composició o propietats que es contenguin en la menció, haurà de ser provades suficientment. Quan s'utilitzin els termes, garantia, control, homologació i altres anàlegs, haurà de precisar-ne l'abast dels mateixos.

NORMA 17

L'ús de termes comparatius en els anuncis només s'admetran respecte de dades essencials, afins i objectivament demostrables, sempre que es comparin productes i serveis amb d'altres de similars i coneguts o de significativa participació en el mercat.

No s'admetrà la comparació quan es limiti a la proclamació general i indiscriminada de la superioritat dels productes propis.

Es considerarà comparació enganyosa la que ometi qualche element essencial per poder determinar el valor real dels productes comparats.

NORMA 18

La publicitat de productes, béns, activitats i serveis sotmesos a un règim d'autorització administrativa prèvia, requerirà l'aportació de dita autorització i estarà condicionada als requisits específics exigits en la mateixa.

Idèntic criteri s'exigirà per la publicitat sobre jocs de sort, envit o atzar.

NORMA 19

Els anuncis que presentin vehicles de motor no incitaran a la conducció temerària, situacions de perill o qualsevol altre circumstància que suposi una infracció del Codi de Circulació.

NORMA 20

Els anuncis dirigits als nins procuraran inspirar la seva capacitat creadora, fomentant sentiments estètics de sociabilitat, i no podran inspirar, en cap cas, actituds injustes o insolidàries en el nin.

NORMA 21

Els anuncis no incitaran directament als nins a comprar o demanar als adults que adquireixin qualche producte o servei, ni contendran afirmacions o imatges que puguin resultar nocives per a la infància. Cap anunci pot fer creure al nin que la seva felicitat derivarà necessàriament de la possessió d'una joguina o de qualsevol altre producte i tampoc de la utilització d'un servei.

NORMA 22

No s'admetrà publicitat de joguines que impliquin exaltació del bel·licisme o la violència, reproducció d'armes o utilització de medis que puguin ser perillosos per als nins, tant físicament com psíquica.

No podrà produir-se confusió entre els elements que es venen amb la joguina o separatament de la mateixa.

Els anunciants acreditaran que les joguines objecte de l'anunci compleixen les normes establertes sobre innocuïtat.

NORMA 23

En els anuncis no estaran permesos, ni tan sols amb finalitats educatives, les al·lusions al fet que els nins no tenen suficient maduresa per a consumir determinats productes, que, per reacció contrària, puguin incitar-los a l'ús dels mateixos.

NORMA 24

Quan els anuncis mostrin joguines de construcció, modelatge, pintura, dibuix i altres anàlegs, hauran de mostrar-se els resultats que puguin aconseguir la mida dels nins, sense exagerar la facilitat d'execució. Si les joguines estan destinades a edats específiques, aquestes s'hauran de fer constar en l'anunci.

NORMA 25

Els nins no poden ser els actors principals d'un anunci, llevat de productes dedicats exclusivament o preferentment a la infància, en matèria de salut, higiene, roba, literatura, alimentació, jocs educatius, elements esportius i joguines, amb les limitacions imposades en aquestes normes.

NORMA 26

En els anuncis dirigits als nins no podran ser utilitzats, en cap cas, com a actors o presentadors, persones que actuïn habitualment en programes de televisió o personatges de sèries de dibuixos animats, familiars per ells, ni tampoc la veu o la imatge de personatges tradicionals o d'herois imaginaris. No seran admesos anuncis en què figurin ambients o escenificacions d'altres actors de programes de televisió.

NORMA 27

El temps diari d'emissió de publicitat no superarà la relació de 8 minuts de publicitat per cada 60 minuts d'emissió. En qualsevol cas l'emissió de publicitat no superarà el 10% de la programació.

En les retransmissions esportives o espectacles, l'emissió de publicitat s'adequarà a les interrupcions pròpies.

NORMA 28

No s'intercalarà publicitat durant la transmissió de cerimònies públiques o debats polítics en directe, quan alterin la transmissió normal dels mateixos.

NORMA 29

La durada mínima dels anuncis serà de 10 segons. Els blocs de publicitat s'emetraran ajustats, en cada cas, als diversos esquemes d'emissió.

NORMA 30

Les condicions tècniques, econòmiques i de contractació de publicitat seran fixades per la Direcció General de Ràdio i Televisió de Mallorca, que informará oportunament d'aquestes al Consell d'Administració.

No obstant, la Direcció del Departament de Marketing i Comercial podrà autoritzar modificacions puntuals de les condicions econòmiques, donant compte d'aquestes periòdicament a la Direcció General.

NORMA 31

La Ràdio i Televisió de Mallorca es reserva la facultat de rebutjar un anunci o suspendre una emissió si es considera que és contrari a algun dels supòsits definits en les presents normes.

NORMA 32

Per a la interpretació de les presents normes, el desenvolupament d'aquestes o la seva aplicació en casos particularment dubtosos que poguessin presentar-se serà la Comissió de Consulta, la que emetrà el seu dictàmen. El Consell d'Administració de RTVM podrà suspendre amb caràcter provisional alguna de les normes, de forma excepcional, previ acord de la majoria d'aquest.

NORMA 33

S'admet la realització de patrocinis publicitaris, mencions i accions especials en qualsevol de les modalitats establertes en l'article 24 de la Llei General de Publicitat.