

PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA N° 004

PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA A TRAVÉS DE LA CUAL SE REFORMAN LAS NORMAS TÉCNICAS SOBRE LA PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIONES EN LOS SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

Web: www.conatel.gob.ve
Twitter: @conatel
Telefono: 0212. 909-05-41



Caracas, 29 de marzo de 2005
Años 194° y 146°

PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA

PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA A TRAVÉS DE LA CUAL SE REFORMAN LAS NORMAS TÉCNICAS SOBRE LA PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIONES EN LOS SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN, PUBLICADAS EN LA GACETA OFICIAL DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA N° 38.153, DE FECHA 28 DE MARZO DE 2005

ARTICULO 1.- Se reforma el título de la Providencia Administrativa, el cual queda redactado de la siguiente manera:

“NORMAS TÉCNICAS SOBRE DEFINICIONES, TIEMPO Y CONDICIONES DE LA PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIONES EN LOS SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN”.

ARTICULO 2.- Se reforma la Disposición Final, incluyendo dos nuevas disposiciones finales, pasando a ser la Disposición Final Única como “Tercera”. En tal sentido, las Disposiciones Finales quedan redactadas de la siguiente manera:

“Primera. Todo lo relacionado con la publicidad, propaganda y promociones, así como los mensajes dirigidos a niños, niñas y adolescentes, serán objeto de regulación de unas Normas Técnicas distintas de las presentes.

Segunda. Todo lo relacionado con la publicidad, propaganda y promociones, así como los mensajes vinculados con los juegos de envite y azar o de loterías, serán objeto de regulación de unas Normas Técnicas distintas de las presentes.

Tercera. Las presentes Normas Técnicas entrarán en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.”

ARTICULO 3.- De conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley de Publicaciones Oficiales, corríjase la numeración a que hubiere lugar e imprímase a continuación el texto íntegro de la Providencia Administrativa a través de la cual se reforman las Normas Técnicas sobre la Publicidad, Propaganda y Promociones en los Servicios de Radio y Televisión, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.153, de fecha 28 de marzo de 2005, con las modificaciones señaladas en la presente reforma y, en el correspondiente texto único, sustitúyase la fecha y demás datos a que hubiere lugar.

PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA

NORMAS TÉCNICAS SOBRE DEFINICIONES, TIEMPO Y CONDICIONES DE LA PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIONES EN LOS SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1.- Objeto. Las presentes normas tienen por objeto desarrollar definiciones, tiempos y condiciones para la publicidad, propaganda y promociones, establecidos en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

ARTICULO 2.- Definiciones. A los efectos de las presentes normas y de la interpretación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se establecen las siguientes definiciones:

1. **Publicidad:** mensaje destinado a persuadir a los usuarios y usuarias para que adquieran o consuman bienes o servicios.
2. **Publicidad por emplazamiento:** tipo de publicidad que se difunde deliberadamente ubicando imágenes o sonidos que se relacionen con un bien o servicio, en programas o promociones difundidos por los prestadores de servicios de radio y televisión, sin que su presencia sea anunciada como publicidad ni interrumpa el desarrollo natural del programa o promoción.
3. **Publicidad por inserción:** tipo de publicidad que se difunde mediante la superposición en las imágenes o sonidos de un programa de frases, lemas, logotipos, símbolos, emblemas, signos distintivos y en general cualquier imagen o sonido que se relacione con un bien o servicio.
4. **Propaganda:** mensaje destinado a persuadir a los usuarios y usuarias para que se hagan adeptos o seguidores de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas.
5. **Propaganda anónima:** tipo de propaganda en cuya difusión no se identifica clara y explícitamente la persona natural o jurídica responsable del mensaje.
6. **Promoción:** mensaje difundido por un prestador de servicio de radio o televisión cuyo objetivo es anunciar o promover sus programas o el servicio que presta. Incluye la modalidad de inserción y cualquier otra que tenga la finalidad anteriormente descrita.
7. **Infocomercial:** mensaje publicitario con formato de programa sobre un mismo producto o servicio, cuya difusión es mayor de dos minutos de manera ininterrumpida.
8. **Campaña de intriga:** tipo de publicidad, propaganda o promoción, que por un tiempo determinado, no identifica clara y explícitamente el bien o servicio, programa o anuncio que se ofrece.
9. **Mensaje de servicio público de los prestadores de servicios:** mensaje de interés general de solidaridad y asistencia humanitaria.
10. **Mensajes institucionales:** mensajes de interés general sin fines comerciales cuyo objetivo sea promover obras y campañas de beneficio social.

CAPÍTULO II

DEL TIEMPO PARA LA PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIONES

ARTICULO 3.- Tiempo para la publicidad, propaganda y promociones. Para el cálculo del tiempo de publicidad, propaganda y promoción por hora de difusión, se considerarán incluidas todas las formas de publicidad, propaganda y promociones referidas en la Ley y las presentes Normas Técnicas, y se regularán tomando en cuenta la hora oficial de la República Bolivariana de Venezuela. Queda exceptuada de este cálculo, la publicidad por emplazamiento efectuada con imágenes en los eventos deportivos.

El tiempo de transmisión utilizado para la difusión de mensajes institucionales, no será computado dentro de los quince minutos previstos para la publicidad y propaganda en el artículo 8 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. No obstante, sí serán contabilizados dentro de los diecisiete minutos de interrupciones. Estos mensajes son considerados liberalidades y están sujetos al pago de impuesto sobre donaciones de conformidad con lo establecido en la Ley que rige la materia, para lo cual los prestadores de servicios deberán llevar un registro detallado.

El tiempo de difusión de infocomerciales en el horario todo usuario y supervisado se considerará dentro de los quince minutos establecidos para publicidad y propaganda por cada sesenta minutos de difusión. En el horario adulto el tiempo de difusión de infocomerciales no será considerado dentro de los quince minutos establecidos para publicidad y propaganda.

Los mensajes de servicio público de los prestadores de servicios de radio y televisión no serán contabilizados dentro de los diecisiete minutos de interrupción contemplados en el artículo 8 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

ARTICULO 4.- Excepciones en caso de interrupciones no previstas. En los casos que ocurran variaciones que puedan derivarse del acceso gratuito y obligatorio del Estado a los servicios de radio o televisión previsto en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, por circunstancias de fuerza mayor, o por la difusión excepcional en vivo y directo de mensajes no programados previamente de carácter informativo, que culminen antes de la finalización de una hora oficial, los prestadores de servicios de radio y televisión podrán difundir publicidad por un tiempo equivalente al veinticinco por ciento del tiempo restante de la hora oficial.

ARTICULO 5.- Condiciones para la publicidad por inserción. Las reposiciones de programas deportivos o espectáculos, previamente difundidos, podrán conservar las inserciones de publicidad incluidas en su transmisión original.

ARTICULO 6.- Condiciones para la promoción por inserción. La promoción por inserción no deberá perturbar la visión de los programas ni ocupar más de la sexta parte de la pantalla. Este tipo de promoción se considerará para el cálculo de los diecisiete minutos de interrupciones permitidos por cada sesenta minutos de difusión.

ARTICULO 7.- Condiciones para las campañas de intriga. En las campañas de publicidad, propaganda y promoción de intriga, el tiempo para hacer conocer a los usuarios y usuarias oportunamente el bien o servicio, el anuncio o el servicio de radio o televisión objeto de la campaña, no podrá exceder de quince días continuos contados a partir del inicio de la campaña. De no develarse el bien o servicio, el anuncio o el servicio de radio o televisión en el lapso establecido en el presente artículo, se procederá de conformidad con las disposiciones normativas que en esta materia establece la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. Todo lo relacionado con la publicidad, propaganda y promociones, así como los mensajes dirigidos a niños, niñas y adolescentes, serán objeto de regulación de unas Normas Técnicas distintas de las presentes.

Segunda. Todo lo relacionado con la publicidad, propaganda y promociones, así como los mensajes vinculados con los juegos de envite y azar o de loterías, serán objeto de regulación de unas Normas Técnicas distintas de las presentes.

Tercera. Las presentes Normas Técnicas entrarán en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.