



Lo que hay que saber en materia de publicidad



De acuerdo a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión ("LFTyR"), se deberá de mantener siempre un equilibrio entre la publicidad y la programación transmitida por día.



Por lo tanto, se establecieron las siguientes reglas:

Tiempo de publicidad permitido por tipo de concesión (art.237 LFTyR)

Concesionarios de uso comercial de radio y televisión abierta



-En televisión, no excederá del 18% del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.

-En radio, no excederá del 40% del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.

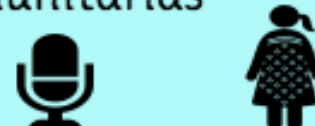
Concesionarios de televisión y audio restringidos (de paga)



-Podrán transmitir, diariamente y por canal, hasta seis minutos de publicidad en cada hora de transmisión.

-Los canales dedicados exclusivamente a programación de oferta de productos, estarán exceptuados del límite señalado.

Concesionarios de radiodifusión de uso social, indígenas y comunitarias



-En televisión, no excederá del 6% del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.

-En radio, no excederá del 14% del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.

Ejemplos

En la TV radiodifundida, si un canal tiene 10 horas de transmisión, únicamente podrán destinar 1.8 horas a publicidad; siempre cuidando que sea equilibrado. Es decir, que no se transmita toda la publicidad de manera continua.



En la TV y audio restringido, si en un canal al día existen 10 horas de transmisión, la publicidad no podrá exceder de 60 minutos. Sin embargo, no queda claro si, para efectos del cálculo correspondiente, el límite de 6 minutos implica:

a) Hasta 6 minutos por hora. Ó

b) Más de 6 minutos por hora siempre que no se rebasen los 60 minutos.



Características generales de la publicidad en los servicios de radiodifusión y televisión y audio restringidos.

- No deberá de presentar conductas o situaciones en las que la falta de un producto o servicio sea motivo de discriminación de cualquier índole.
- Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. (art. 238 LFTyR)



Características específicas de los concesionarios de radio y televisión abierta.



Características específicas de los concesionarios de la televisión y audio restringidos.



Al ofrecer los espacios y servicios de publicidad deberán de hacerlo:
-De manera no discriminatoria.
-Sin afectar la libre concurrencia o la competencia . (art. 241 LFTyR)

Los concesionarios fijarán libremente sus tarifas. (art. 242 LFTyR)

Los agentes económicos preponderantes deberán publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los servicios de publicidad que ofrece en televisión abierta. (art. 246 LFTyR)

La publicidad que contenga productos o servicios no disponibles en el mercado nacional, deberá incluir recursos visuales o sonoros que indiquen tal circunstancia . (art. 239 LFTyR)



Los concesionarios tendrán el derecho de comercializar espacios dentro de su programación. (art. 245 LFTyR)

Publicidad dirigida a la población infantil:

(art. 246 LFTyR)



Queda prohibido:

- Promover o mostrar conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados;
- Presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual;
- Utilizar su inexperiencia o inmadurez para persuadirlos de los beneficios de un producto o servicio.
- Generar falsas expectativas de los beneficios de los productos o servicios;
- Mostrar conductas discriminatorias;
- Presentar, promover o incitar conductas de acoso e intimidación escolar que puedan generar abuso sexual o de cualquier tipo, lesiones, robo, entre otras
- Contener mensajes subliminales o subrepticios.





Las autoridades en materia de publicidad:

Instituto Federal de Telecomunicaciones es el encargado de:

- Vigilar el cumplimiento de los tiempos máximos que la ley señale para la transmisión de mensajes comerciales. (3)
- Supervisar que la programación dirigida a la población infantil respete los valores, principios, normas y los lineamientos de la materia. (4)

Secretaria de Salud (1) es la encargada de:

- Autorizar la transmisión de publicidad relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas;
- Autorizar la publicidad de: suplementos alimenticios, bebidas alcohólicas, medicamentos, equipos médicos, insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos, plaguicidas, nutrientes vegetales, sustancias tóxicas o peligrosas
- Podrá emitir las disposiciones generales aplicables a la publicidad de dichos productos señalados.

SEGOB (2) es la encargada de:

- Autorizar la publicidad o anuncios de loterías, rifas y sorteos.
- Imponer las sanciones a los concesionarios correspondientes con base en los resultados que emita el IFT.
- Establecer los lineamientos de publicidad para la programación dirigida a la población infantil

- (1) art. 219 LFTyR
- (2) art. 217 LFTyR
- (3) Transitorio décimo primero del decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones
- (4) 216 LFTyR fracción III