

## GUÍA DE ESTÁNDARES DE ACEPTABILIDAD PARA PUBLICIDAD EN PORTAL CLASIFICADOS

La publicidad que se puede comprar a través de esta plataforma se publica en los medios de comunicación que el cliente solicita. Por lo anterior, los medios en los que se puede publicar buscamos mantener una determinada línea editorial que les caracteriza y da credibilidad frente a nuestros lectores.

Cuidamos nuestro derecho de libertad de expresión revisando el avisaje e inserciones que se exhiben de acuerdo a los criterios que a continuación se dan a conocer al público que desea contratar con nosotros.

De esta forma, la presente guía de estándares de aceptabilidad para publicidad establece los criterios básicos reconocidos como buenas prácticas de publicidad según los estándares internacionales y son los que consideramos para aceptar la contratación de avisaje a ser exhibido en las páginas de nuestros productos.

Declaramos que nos sometemos voluntariamente al Código de Ética Publicitaria que establece normas relativas al contenido de la publicidad del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). Esta institución cuenta con un Tribunal de Ética que conoce reclamos y declara si una publicidad determinada atenta contra las normas establecidas en el Código de Ética. De esta forma, tenemos responsabilidad de acuerdo con nuestra posición, para asegurar que se observen las reglas del Código y debe actuar en consecuencia.

Así, si algún aviso contiene menciones, gráficas, imágenes, que atenten contra los conceptos resguardados por el CONAR, serán rechazados siguiendo el procedimiento que se menciona más adelante. Los contenidos a publicar, deben ceñirse a los siguientes criterios (entre otros establecidos por el CONAR): No deben ofender conceptos morales y de decencia (artículo 1 I); No deben denigrar ni menospreciar a personas o grupos, en especial por motivos raciales, étnicos, religiosos o por su género u orientación sexual (artículo 1 II); No deben abusar de la confianza del público (artículo 2); No deben inducir a la violencia (artículo 3); No deben inducir a error al público (artículos 4, 7 y 8); No deben hacer mal uso de términos o verdades científicas o técnicas (artículo 6); No deben referirse a una persona que no ha otorgado su consentimiento (artículo 9); La publicidad comparativa debe basarse en datos objetivos y comprobables (artículos 10 y 11); No deben denigrar, ridiculizar ni menospreciar otras marcas, productos o servicios competidores (artículo 12);

No deben usar imágenes o signos de otros productos o servicios, ni imitar avisos y campañas (artículos 13, 14).

Cuando un cliente solicita una cotización del aviso, una vez que pone a disposición de cada medio de la maqueta del mismo, es revisado internamente por distintas áreas de forma previa a su publicación. Si alguna de las áreas considera que el aviso contiene menciones, declaraciones o ilustraciones que no son aceptables o debieran ajustarse o cambiarse de acuerdo a nuestros estándares de aceptabilidad, se notifica al cliente. Si el cliente se niega a recibir la sugerencia, el avisaje es rechazado.

Todo lo anterior no altera la calidad de anunciante del Cliente quien es siempre el responsable del avisaje. Frente a reclamos de terceros o de las autoridades, si un aviso en cuestión es publicado en contravención a alguna ley vigente el responsable del contenido mismo del aviso es el cliente. Para casos en que existan abiertas dudas en relación con el contenido del avisaje, el medio que corresponda podrá exigir al cliente la firma de un acuerdo expreso de responsabilidad.

Algunas de las normas legales que deberán tener presente los clientes al momento de solicitar su avisaje son la Ley de Protección de los derechos del Consumidor, Ley de Fármacos y su reglamento, Ley Orgánica Constitucional sobre votaciones populares y escrutinios y su reglamento, Ley sobre expendio y consumo de bebidas alcohólicas y su reglamento, Ley sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad, Ley del tabaco (N°19.419), Código Sanitario (en especial sus artículos 53, 54 y 100), venta de armas, Ley de Casinos de Juegos (19.995), Ley de Protección de Datos Personales, entre otras.

Los medios de comunicación abajo firmantes proveen a terceros diferentes plataformas, para que puedan ofertar sus bienes y/o servicios, a quienes cobra un precio o tarifa. De esta forma, desde el punto de vista de la Ley de Protección de los Derechos del Consumidor, no se configura a su respecto, la calidad de anunciante (según los términos que se definen en dicha norma), toda vez que el objeto mismo de cada avisaje en particular no es su actividad ni objeto principal.

#### CRITERIO PARA ACEPTACION DE AVISAJE CON SAMPLING.

Tratándose de avisaje focalizado a un determinado grupo de lectores mediante la entrega de muestras o *samplings*, se solicitará cliente la firma de un documento a través del cual confirme la seguridad en el consumo o uso del producto distribuido y que cuenta con todas las autorizaciones legales pertinente.

#### CRITERIOS PARA ACEPTACION DE INSERTOS EN PARTICULAR.

El contenido de un inserto es libre para el cliente. Sin embargo, muchas veces se reciben insertos que contienen opiniones, juicios de valor, juicios políticos, entre otros. Las opiniones contenidas en un inserto deben ser siempre respetuosas. En general, no se aceptarán insertos cuyas opiniones se basen en hechos no comprobados. Los insertos

deben ser suscritos por una persona identificable quien deberá acompañar al área de ventas la acreditación de su identidad. Si el inserto representa la opinión de alguna organización, también se deberá acreditar la facultad para ejercer la vocería o representación de la entidad respectiva. Insertos que simulen entrevistas podrán ser publicados con clara identificación de que se trata de un inserto o publicación pagada con la respectiva huincha identificadora y diferenciarse de las páginas del diario. No podrán contener la misma tipografía que las páginas de nuestros diarios.

#### CRITERIOS ADICIONALES A TENER EN CUENTA PARA EL AVISAJE EN ECONOMICOS.

Para el caso del avisaje en la sección de “Aviso económicos” en donde los clientes suben sus avisos a la plataforma diseñada por Gestión Regional de Medios S.A., estos deben cumplir con los criterios de dicha plataforma. La plataforma de Avisos Económicos revisa a través de los funcionarios del área el uso de palabras claves, lo que le permite advertir y eliminar inmediatamente todo tipo de publicaciones que contengan términos o palabras que pudieran de algún modo inducir a error al público receptor de esos anuncios. Lo anterior, será notificado al Cliente, de manera que proceda a corregir el avisaje. Si el Cliente no lo corrige o no contesta, el aviso se elimina o se deja de exhibir en la plataforma o avisaje programado.