



**Directrices comerciales
&
Normas de publicidad**

TABLA DE CONTENIDO

[CONTACTOS](#)

[DIRECCIONES DE RED DE AFILIADOS](#)

[REQUISITOS COMERCIALES](#)

[REQUISITOS DE PATROCINIO – CARTELES Y LOGOS](#)

[LAS DIRECTRICES Y NORMAS DE PUBLICIDAD](#)

Contactos

Incluido, por favor, encontrar las directrices comerciales para todas las redes de ESPN internacional. ESPN se esfuerza ofrecer el más alto nivel de servicios comerciales a sus clientes. Para ayudarnos a mantener esta calidad, se requiere cumplimiento de nuestras pautas.

Tenga en cuenta que cualquier solicitud especial debe ser dirigida a:

Faber, ricos	Director	(860) 766-2518	Rich.Faber@espn.com
Anuncios		Carteleras y características	
Mendes, Jose	Gerente de	(860) 766-4108	Jose.Mendes @espn.com
Doucette, Craig	Gerente de	(860) 766-7188	Craig.P.Doucette@espn.com
		(860) 766-4108	Jose.Mendes@espn.com

Debido a la seguridad mejorada de ESPN en los paquetes de enrutamiento, todas las cintas y materiales creativos deben abordarse exactamente como abajo:

ESPN, Inc.
 Attn: Rico Faber
 545 middle St.
 Bristol CT 06010
 Fax: (860) 766-6786

Materiales comerciales también puede enviar digitalmente a través de uno de nuestros proveedores aprobados de anuncios Digital (ver entrega comercial):

Incumplimiento pondrá Compro de un anunciante en peligro.

Contactos			
Los siguientes coordinadores comerciales han sido asignados para manejar las necesidades de los anunciantes:			
	Nombre	Teléfono	Correo electrónico
Comerciales internacionales			
	Atkinson, Scott	(860) 766-2499	Scott.Atkinson@espn.com
Clientes internacionales suministrada			
	Tate, Chris	(860) 766-2624	Christopher.Tate@espn.com
Características y carteleras internacionales			
	Jose Mendes	(860) 766-4108	Jose.Mendes@espn.com

Direcciones de red de afiliados

Se enviarán a todas las cintas, las instrucciones, diapositivas y copia en las siguientes redes:

ESPN Brasil

ESPN Brasil

Atte: José Borges
Rua Piracicaba 175
Sumare
01254050 Sao Paulo
Brasil
TEL: 55-113677-7762
Correo electrónico: jose.e.borges@espn.com
(Betacam - Dolby off - Sistema NTSC)

ESPN SUR

ESPN SUR

Maipú 939 1 piso
Buenos Aires
Argentina 1006
Contacto: Arturo Martínez
TEL: 54-11-5031-0805
Correo electrónico: Arturo.Martinez@ESPN.com
(Beta SP NTSC)

ESPN SUR

REINO UNIDO ESPN

Deporte de BT

Attn: Andrew Argyrides
Parque Olímpico Reina Isabel
De Waterden Road
Londres
2EE E15
REINO UNIDO
TEL: + 44 020 8221 8564
MULTITUD: + 44 07435 663381
[Correo electrónico: andrew.argyrides@bt.com](mailto:andrew.argyrides@bt.com)
(Digital - Beta PAL)
(Beta SP NTSC)

TSN:

TSN

Attn: Tony Marcantonio
Tribunal del 9 canal 9
Scarborough , Ontario 4B5 M1S
Teléfono: 416-384-4564
E-mail: Tony.Marcantonio@CTV.CA

VARIOS CARRETES NO SERÁN ACEPTADOS BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA

Requisitos comerciales

Instrucciones comerciales

Instrucciones comerciales deben enviarse vía fax (860-766-6786) o por correo electrónico (InternationalTraffic@espn.com).

Por favor consulte la guía apropiada adjunta al final de estas pautas. Las instrucciones deben incluir:

- Redes ESPN
- Anunciante
- Marca del producto
- Título
- Código ad-ID
- Dónde
- Idioma (s)
- Fecha de vuelo
- Rotación o porcentaje de cómo son las manchas ejecutar
- Agencia contacto con número de teléfono y fax

Las instrucciones y las cintas deben ser recibidas en la correspondiente red ESPN en la fecha indicada en las directrices de cinta comercial. Cambios a copia comercial dentro de un vuelo actual se alojarán en cuanto lo permitan las operaciones. **ESPN no garantiza cambios dentro de las 48 horas del airdate, pero hará todo lo posible para cumplir con la fecha solicitada.** Las instrucciones verbales o los cambios se aceptarán a más tardar 48 horas antes airdate. Confirmación por escrito deberá seguir inmediatamente. **Mediante la presentación de las instrucciones verbales o cambios, clientes renuncian el derecho de oponerse a los resultados, incluyendo errores.** Ver final del documento para formularios de instrucción comercial para cada red.

Entrega comercial

- Cualquier contenido que no cumple con estas especificaciones puede ser rechazada para aire o han alterado los niveles para cumplir con estas especificaciones a discreción de ESPN.
- ESPN Deportes reserva el derecho a negarse a difundir o de lo contrario utilizar grabaciones de televisión que, en su opinión, son técnicamente insatisfactorias.
- Materiales en el aire deben estar en casa (Bristol, CT) no más tarde de **cinco 5 días antes el airdate.**
- Todas las cintas y creativo deben abordarse como abajo:

Operaciones Spot ESPN

**Attn: Rico Faber
545 middle Street
Bristol, CT 06010**

- ESPN no acepta carretes múltiples.
- ESPN Deportes acepta subtítulos de contenido comercial. Los infomerciales deben subtítulos.
- ESPN no acepta contenido comercial con disparadores integrados o codificados.
- ESPN utilizará una cinta comercial para una compra a través de las redes de definición estándar. No hay necesidad que presente la misma cinta comercial para cada una de estas redes.
- ESPN no garantizará la sustitución de un comercial si se asigna el mismo Ad-ID como la versión original. Se deben crear códigos únicos para todo el material separado para transmisión.
- ESPN no puede mantener indefinidamente, duplicar o volver comercial de los materiales presentados para la transmisión. Cintas comerciales se llevará a cabo durante sesenta días desde el airdate pasado, una vez que se elimine del sistema de inventario computarizado y destruidos. La misma política de eliminación de cinta se aplica a las cintas comerciales que no el aire dentro de los sesenta días de recibo.
- Todos los materiales de limpieza deben ser enviados con antelación a CommercialClearance@espn.com para la aprobación de la red.

La etiqueta en cassettes de cinta y cajas debe reflejar la información pertinente para el material contenido. Todo el material debe ser entregado individualmente.

- Nombre del anunciante o producto ; Título del comercial; Comercial número Ad-ID (www.ad-id.com); Duración: Duración del comercial; Fecha de registro

DEFINICIÓN ESTÁNDAR

- Cinta digital Beta o Beta SP, o vía aceptado proveedor de entrega de anuncios Digital necesaria.*
- velocidad de fotogramas 29,97.

- ESPN utilizará una cinta comercial para una compra a través de las redes de definición estándar. No hay necesidad que presente la misma cinta comercial para cada una de estas redes.
- Mezcla estéreo en canales de audio 1 y 2.

ALTA DEFINICIÓN

- DVC Pro o D5, o vía aceptado proveedor de entrega de anuncios Digital necesaria.*
 - Cualquier material de subtítulos debe enviarse en D5 o mediante entrega de anuncios Digital.
- 720p; 59,94 fotogramas.
- Mezcla estéreo en canales de audio 1 y 2. ESPN no transmite comercial inventario en 5.1 Dolby Surround.
- El ID Ad de HD debe tener una "H" al final para indicar material HD.
- Una única pieza de creative (SD o HD) se aceptarán para el aire en todas las redes disponibles de HD y se emitirá simultáneamente en los servicios de HD y SD. Comerciales difundido en cualquier SD sólo red (clásico, etc.) puede presentar un corte en el centro protegen cinta HD o una versión de la SD.
- Todas las redes disponibles de HD son actualmente convertirse en carta de 16 x 9-caja.
 - HD (es decir, en formato completo de 16 x 9) y será simultánea en el centro de corte de formato (es decir, en formato 4 x 3) en las redes de la SD.

*** Información de contacto de vendedor de publicidad digital:**

- Alcance extremo: support@extremereach.com o (877) 769-9382
- Javelin/Hula: support@javelindelivers.com o 877-851-1786
- AdStream: Traffic.LATAM@AdStream.com o (786) 472 2615
- DMDS/Yangaroo: support@DMDS.com o (866) 992-9902
- Comcast AdDelivery: addelivery_support@cable.comcast.com o 855-858-1942, opción 1
- En el punto medio/EZSpot: stationservices@onthespotmedia.com
- SpotGenie: support@spotgenie.com, o (888) 808-1631

Formato de cinta incorrecta

Cintas en cualquier oficina ESPN en un formato de cinta inaceptable no serán al aire hasta que se reciben correctamente formateados cintas o cintas se enviarán fuera de la casa para ser transferido al formato apropiado. Los anunciantes y/o agencias será responsables por ningún coste incurrido.

Política de longitud

Longitudes comerciales deben ser en incrementos de cinco segundos (: 05;; 10;; 15;; 20; etc..) Todas las longitudes comerciales deben ser negociadas como parte de la orden. ESPN TV Ad operaciones no aceptará las asignaciones de cambio de longitud que no fueron acordadas cuando se confirma la orden. Si las circunstancias requieren un cambio de longitud después de la confirmación de la orden, notificación debe hacerse a través de su ejecutivo de cuenta de ESPN.

Política de colocación

ESPN se esfuerza por dar a los anunciantes rotación justa y equitativa en toda red compra. ESPN no garantiza las solicitudes de colocación.

ESPN le sujetalibros: 15 segunda anuncios del mismo anunciante/producto si una: 15 segundo mate no está disponible.

Política de eliminación de cinta

Cintas comerciales se llevará a cabo durante **sesenta** días desde el airdate pasado, una vez que se elimine del sistema de inventario computarizado y destruidos. Cintas no se devolverá a menos que ESPN es notificado por correo electrónico que un regreso es necesario. La misma política de eliminación de cinta se aplica a las cintas comerciales que no el aire dentro de los **sesenta** días de recibo.

Pautas de envío internacional

- Para las campañas en las siguientes redes ESPN: Pac-Rim, Latinoamérica, Australia HD, México, Venezuela Latin, ESPN2 Caribe, Caribe Latino, Dos, Dos México o Atlántico, enviar materiales a las operaciones de anuncio de TV en ESPN en Bristol, CT, USA. (Consulte la dirección específica en portada)
- Para todas las redes de ESPN Brasil en **Brasil solamente**, enviar materiales a **ESPN en Brasil**. Todos los anuncios publicitarios deben incluir el código Condecine en la pizarra de la mancha. (Consulte la dirección específica en la página 2)
- Campañas en todas las otras redes consulte página 2 para direcciones.

ESPN Brasil requisitos específicos (campañas de correr en Brasil solamente)

Cintas comerciales deben ser NTSC o videocintas Betacam SP. No ¾ pulgadas casetes, película o carretes múltiples son aceptadas. Cintas deben ser maestro o maestro de sub para asegurar la más alta calidad.

Para Betacam, audio debe configurarse como sigue:

Portugués/mezcla de audio canal 1
Canal de audio 2 Portugués/Natural

Cintas comerciales deben ser recibidas por ESPN por lo menos diez días antes de aire y deben incluir el audio portugués o inglés.

Todo el audio debe ser mezclado.

**** Anuncios no enviados con Portugués audio o subtítulos en Portugués no pueden y no serán al aire en Brasil.**

**** CONDECINE CÓDIGO DEBE ESTAR EN LA LISTA DE LOS COMERCIALES**

Pago programación en ESPN Latinoamérica, ESPN México y ESPN Brasil

Para pagado de programación se deben seguir las mismas directrices de cinta comercial. Las cintas deben ser exactamente 1710 en longitud (28: 30) y deben ser de calidad principal para asegurar la más alta calidad.

** Cintas también deben tener un descargo de responsabilidad en el inicio del lugar y la palabra "**Publicidad**" debe aparecer en pantalla durante el programa. TV Ad operaciones y operaciones técnicas tienen derecho a la negativa para el aire si estas condiciones no son met.* *

Requisitos de patrocinio – logotipos y carteles

Arte del patrocinador debe enviarse electrónicamente en uno de los siguientes formatos de archivo, en orden de preferencia, para producir el mejor producto visual de calidad: EPS o AI de Illustrator vector-arte; PSD Photoshop; Formato JPG JPEG (calidad resolución necesaria).

Elementos del texto dentro de archivos de Illustrator se deben representar como contornos de arte vectorial completo y no como texto mecanografiado.

Vallas publicitarias previamente producidos, materiales deben ser en cinco días hábiles antes de aire.

Vallas publicitarias

Vallas publicitarias consisten en 5 segundo genérico cable ESPN en (específico a la región o red) seguido del logo animado o 5 segundos todavía. Vallas publicitarias son 10 segundos.

Requisitos de patrocinio – carteleras Audio

Requisitos Audio cartelera

Para todas las redes internacionales, audio debe ser cinco segundos de longitud en forma de secuencia de comandos. Copia audio más de cinco segundos no saldrá al aire.

Copiar audio en inglés y en idiomas apropiados red es preferido. Copia audio sólo en inglés no se traducirán por servicios de ESPN. Optando por no enviar copia de audio en todos los idiomas los clientes recibirán sólo la entrada de genérica, como se indica a continuación.

ESPN International utiliza la siguiente copia de entrada (lenguaje utilizado por consiguiente la red: "este programa ESPN es traído a usted por..." Copia de la entrada es excluyente de los cinco segundos de audio.

Requisitos de patrocinio – características

Oportunidades de la característica, que incluyen la presentación de patrocinios y derechos, son segmentos de programa que dan protagonismo a una historia, persona o evento dentro del mundo deportivo.

Logotipo del anunciante sólo se utilizará para oportunidades de la característica. Lemas no aparece en características. Logotipo de billboard del anunciante se utilizará, a no ser separados los materiales son enviados específicamente para este propósito.

Requisitos de patrocinio – Billboard y la función producción

Cada cartelera y característica es un elemento separado previamente producido. La producción de todas las carteleras y características debe ser solicitada a través de AtTask.

Toda la información de arte y de la marca debe ser recibida antes del airdate como se indica a continuación.

Vallas publicitarias – 5 días hábiles
Mostrar características – 5 días hábiles
Promociones – 7 días
Viñetas – 14 días
Animaciones- 1 mes
Animaciones de SC- 14 días

Carteleras y características son producidas por integración de ventas de anuncios internacional excepto vallas para producciones de doble secuencia (béisbol Esta Noche, Domingo noche béisbol, NFL Esta Noche y Monday Night Football). Carteles para las producciones de corriente dual aire contenido y son producidos por las operaciones de anuncio de TV.

Requisitos de patrocinio – después de la aprobación del cliente

Carteleras y características aprobaron y recibieron por operaciones de anuncio de TV antes de 14:00 se pueden agregar a los registros comerciales publicados ese día. Todo lo recibido después de 14:00 sólo puede ser agregado a partir de registros publicados el siguiente día laborable.

Las directrices y normas de publicidad

Directrices generales y fundamentación

Resumen

Todo el material distribuido sobre cualquiera de las redes de programación de ESPN u otras plataformas de medios de comunicación serán revisadas y deben cumplir con todas las leyes gubernamentales y regulaciones así como las normas y políticas de ESPN.

Todos los materiales comerciales (por ejemplo, anuncios de televisión, vallas publicitarias, materiales de característica) deben presentarse con anticipación para su aprobación y estarán sujetos a normas de publicidad y pautas de ESPN y pueden enviarse a CommercialClearance@espn.com. Se requiere un mínimo de dos semanas de plazo. Guión, storyboard y ver los medios de comunicación se requiere para la revisión. En ocasiones, uno o más elementos pueden ser necesarios para su aprobación (secuencia de comandos y visualización de los medios de comunicación). Presentación de comercial constituirá la garantía de agencia/cliente a ESPN que todos los elementos han sido despejados para el aire (y las propiedades de distribución o banda ancha de Internet) con respecto a los derechos de propiedad intelectual: Esto incluye, pero no está limitado a, derechos de privacidad y publicidad y master, mecánico, rendimiento y sincronización de música.

Todo el material presentado para su aprobación en cualquiera de las redes de programación de ESPN u otras plataformas de medios de comunicación es estrictamente confidencial dentro de la unidad de espacio comercial. No se revelará información propietaria sujeta a revisión ESPN con cualquiera de las partes fuera de esta unidad.

Son los principios básicos de aceptación de la publicidad: la publicidad debe ser honesta y de buen gusto, reclamaciones deberían ser corroboradas y clasificación de información sobre los atributos o el uso de un producto debe revelarse cada vez que información es necesaria para evitar que los consumidores engañosos.

Todo espacio comercial internacional y en material enviado para su revisión se evaluará en conjunto con el mercado local para gestionar con eficacia la atención al cliente.

Estándar

ESPN Deportes reserva el derecho de:

1. Aceptar o rechazar a cualquier publicidad de tiempo para cualquier producto o servicio presentado para distribución en cualquiera de sus instalaciones de programación;
2. requiere la eliminación o revisión de cualquier material en la copia de publicidad que viola las normas, políticas o directrices de ESPN; leyes federales, estatales o locales o reglamentos; es de otra manera contraria al interés público; o es una violación de Digital términos y condiciones estándar;
3. rechazar cualquier publicidad en la que el producto anunciado, programa o servicio podría afectar negativamente su audiencia o alianzas; y
4. rechazar cualquier publicidad que aparece en juicio mal asociar el anunciante envió a un ESPN ESPN o ESPN-anunciante patrocinado o propiedad (por ejemplo, X Games, BCS, ESPY Awards, etc).

Ningún material comercial (incluidos los mensajes institucionales, como se define abajo) puede contener cualquier dato incrustado en cualquier porción de la señal de vídeo o el audio o cualquier otra secuencia de datos sin consentimiento previo de ESPN por escrito.

Para determinar la aceptabilidad del material publicitario, ESPN tiene derecho a investigar el anunciante y la exactitud de todas las declaraciones y afirmaciones hechas en la copia de publicidad, incluyendo exigir al anunciante aportar justificación o documentación proporciona una base razonable para las reclamaciones, según lo determinado por ESPN.

ESPN Deportes reserva el derecho en cualquier momento revocar su aceptación de y requiere la eliminación o revisión de cualquier material publicitario que es incompatible con las políticas y normas ESPN. ESPN también reserva el derecho a exigir la revisión de cualquier material de publicidad para satisfacer circunstancias de emergencia o situaciones de importancia inusual.

Idioma

- **Argentina:** La publicidad debe ser en idioma español sólo.
- **Brasil:** La publicidad debe ser en idioma portugués sólo. Los anuncios deberán usar la gramática correcta y restringir el uso de jerga y expresiones extranjeras, a menos que sean absolutamente necesarios para transmitir la información o el "clima deseado". No permite el aire en X Games, LLWS cualquier programación ESPN cree que tienen audiencia significativas concentraciones de o de lo contrario atrae principalmente a personas menores de 17 años.
- **México:** Publicidad debe estar en idioma español sólo o con subtítulos en español.

Código Condecine

- **Argentina:** Todo tipo de publicidad debe tener un código de identificación de impuestos Condecine/Ancine registrado antes de la aprobación para el aire.
- **Brasil:** Todo tipo de publicidad debe tener un código de identificación de impuestos Condecine/Ancine registrado antes de la aprobación para el aire.

Descargo de responsabilidad/Supers

Estándar

Cuando copia superpuesta (por ejemplo, renuncias o supers) se requiere, debe mostrarse clara y manifiesta. Como regla general, supers deben presentarse sobre un fondo contrastante y deben mostrarse durante tiempo suficiente y en letras bien espaciadas, palabras y líneas del ejemplar grande y negrita lo suficiente como para ser leído fácilmente por el espectador.

Supers todos deben ser claramente legibles, cualquier tipo de letra claro es aceptable.

Cada línea de cada requiere super debe ocupar por lo menos 22 líneas de exploración (o el equivalente del 5% de la imagen activa) de la pantalla del televisor para comerciales de SD con formato; un mínimo de 29 líneas de exploración para HD con formato de anuncios.

Tiempo mínimo de visualización debe ser tres segundos para todos de una línea de supers. Alzas de dos o más líneas deben permanecer a la vista como sigue: tres segundos para la primera línea de texto además de un segundo por cada línea adicional (así una línea de cuatro super requiere una pantalla de seis segundos mínima).

Supers que verticalmente "roll " sobre la pantalla pueden ser permisibles con la previa aprobación de ESPN; los que horizontalmente "gatear" en la parte inferior un tercio de la pantalla se permite solamente en circunstancias excepcionales en caso por caso.

ESPN Deportes reserva el derecho a modificar estos requisitos como circunstancias pueden justificar.

Publicidad perjudicial a los intereses del público o ESPN

Estándar

ESPN Deportes reserva el derecho a rechazar cualquier publicidad que es o podría ser perjudicial o perjudicial a los intereses del público, ESPN o publicidad honesta y buena reputación empresarial en general.

Incidencia / problema orientado a publicidad

Estándar

ESPN no aceptar publicidad que consiste, en todo o en parte, incidencia política o religiosa o la publicidad orientada al tema.

Anuncios podrán ser presentados en nombre de organismos gubernamentales, siempre y cuando no haya ninguna incidencia abierta mensajes.

Todos los anuncios presentados por o en nombre de organizaciones que también participan en actividades orientadas al consumidor, tales como la venta de bienes y servicios deben presentarse para su aprobación de manera oportuna para asegurar que los anuncios no son "defensa-orientado."

Vea también: de PSA

Cerveza & vino

Estándar

Cerveza y vino publicidad es aceptable siempre que el producto no contiene más de 24% de alcohol por volumen.

No se permite la representación del consumo de alcohol dentro de la publicidad.

ESPN Deportes aceptará publicidad con la adecuada programación de restricciones, proporcionadas el material de publicidad si no es aceptable y el comercial clara y manifiesta se comunica en audio o video que el producto es una bebida alcohólica de Malta de la bebida de Malta. Ver licor destilado, etc. para más detalles.

Bebida de Malta, cerveza y vino publicidad en la programación del Campeonato de NCAA se limita a productos que no excedan el 6% de alcohol por volumen.

Disposiciones regionales:

- **Brasil:** El anuncio no tendrá niños y adolescentes como público objetivo. No se aceptarán ninguna sugerencia ingestión o consumo irresponsable. Un mensaje de responsabilidad social debe estar presente en el contenido de audio o video de la publicidad.
- **México:** La renuncia siguiente debe aparecer en el spot(s) comercial: "Nada con exceso, todo con moderación".
- **Venezuela:** No permitido.
- **Caribe:** Representación del consumo está permitido para redes Caribe solo.

Menosprecio competitivo / de la difamación

Estándar

ESPN no será transmitida en publicidad que injustamente menosprecie o injurie a cualquier competidor o producto de la competencia. Publicidad competitiva veraz y justa con la correspondiente justificación es aceptable.

Condomes / otros productos de orientación sexual

Estándar

ESPN Deportes pueden, sobre una base caso por caso y sujeto a restricciones de programación, aceptar publicidad de preservativos, tratamiento de la disfunción eréctil, dispositivos de control de la natalidad o métodos, o remedios para enfermedades de transmisión sexual, siempre que se presenta en el buen gusto.

Patrocinio no está permitido.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** No permitido en la NFL, NBA, Universidad, US Open (golf y tenis), X Games, LLWS, Spelling Bee, High School sports.
- **Venezuela:** No se permiten anuncios de condones.

Sitios web de citas

Estándar

ESPN Deportes pueden, aceptar sobre una base caso por caso y sujeto a restricciones de programación, publicidad para la datación de sitios web, siempre:

- La publicidad se presenta en el buen gusto y es consistente con los estándares de la marca de ESPN;
- El contenido de la página web y el servicio es generalmente aceptable;
- La plataforma no excluye cualquier personas o grupos y no incluye mensajería discriminatorias;
- Comunica claramente que todos los participantes deben ser mayor de edad;
- No se permiten en elementos del patrocinio.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** Restricciones de programación adicional sujeto a discreción de ESPN.

Material difamatorio, violento u obsceno

Estándar

ESPN no transmisión por televisión cualquier anuncio que contenga material que es en su totalidad o en parte difamatorio, obsceno, profano, vulgar, repulsivo u ofensivo o excesivamente violento, en tema o en tratamiento, o describe o representa orejas cualquier función corporal interna o sintomática de las condiciones internas o se refiere a asuntos que no se consideran temas socialmente aceptables. No se permite la representación gráfica de la sangre. En ningún momento puede una persona demostrar shot, apuñalado, empalado, saltar, mutilados o asesinados.

Todo el material de publicidad se revisará caso por caso.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** Restricciones de programación adicional sujeto a discreción de ESPN.

Licor destilado, bebidas de Malta y patrocinios de licor destilado

ESPN Deportes aceptará destilada publicidad televisiva de los espíritus que contiene responsabilidad social branding o prominente de mensajería.

El anuncio no tendrá niños y adolescentes como público objetivo. No se aceptarán ninguna sugerencia ingestión o consumo irresponsable.

Elementos del patrocinio (presentación, derecho, medio tiempo, etc.) pueden ser considerados caso por caso, dependiendo de la época específica de la programación y aire.

Cobertura de daños también se permite para los licores destilados. Cobertura de daños es cualquier oportunidad de patrocinio en el sitio existente que existe para otros patrocinadores. Estas oportunidades incluyen, pero no se limitan a, las cámaras en el coche y las carteleras in situ dentro de arenas.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** Restricciones de programación adicional sujeto a discreción de ESPN.
- **Brasil:** Permitida de 21:30 a 6:00 hora de local.
- **México:** Permitido de 22:00 a 5:00 hora de local. No permitido de OT en NFL, College, US Open, X juegos, High School secundaria LLWS, ortografía.
- **Venezuela:** No permitido

Medicamentos, hábito

Estándar

ESPN no acepta publicidad de cualquier medicamento que está o puede crear hábito.

Publicidad de medicamentos con receta también está sujeta a distintas normas y directrices (ver medicamentos, prescripción).

Medicamentos, prescripción OTC

Prescripción y anuncios de medicamentos de venta libre deben cumplir con las leyes aplicables y regulaciones.

Las directrices de la NFL: Patrocinios no permitidos. Categorías de productos farmacéuticos permitidos/prohibidos (tanto recetados y sin receta médica) están sujetos a discreción de la NFL y podrá modificarse en cualquier momento. La NFL mantiene una lista actual de prescripción permitidos categorías y aprobación individual se dará sobre una base de caso-cy.

Disposiciones regionales:

- **Brasil:** No hará ninguna afirmación en cuanto a la acción del producto que se basa en la clínica o evidencia científica.

Talentos ESPN que aparecen en los anuncios

Para proteger la marca de ESPN y la integridad de nuestra cobertura de noticias y eventos, los siguientes lineamientos se aplicarán a todos los talentos ESPN, incluyendo anclajes, anfitriones, jugada, analistas y escritores sobre promociones y actividades relacionadas. Esto incluye cualquier actividad en la que un tercero ofrece dinero en efectivo o compensación en especie para apoyar, promover o apoyar un producto, servicio o evento. Estas actividades incluyen pero no se limita a anuncios, testimonios, presentaciones personales, uso público de la marca de ropa, calzado o equipo, participación de sitio web, blogs, tweets o cualquier otra forma de actividad remunerada, uso de nombre y semejanza o representación video. Estas directrices se aplican a todo el personal y contratistas independientes.

TODO TALENTO DEBE OBTENER EL PERMISO DE ESPN ANTES DE ACEPTAR CUALQUIER OPORTUNIDAD DE ENDOSO. Todas las solicitudes deben presentarse a la oficina de desarrollo de talentos de ESPN por lo menos 15 días hábiles de anticipación la fecha de vigencia del acuerdo. Aprobación será otorgada o retenida dentro de la ventana de quince días a discreción de ESPN.

La siguiente actividad relacionadas con avales y no se permiten:

- Cualquier actividad en la que talento es necesaria para asociarse con cualquier marca ESPN, insignia o insignia o usar o es representado en el material de apoyo como una personalidad ESPN, locutor o empleado.
- Cualquier representación o participación de talento para una entidad, producto o evento competitivo con cualquiera de las líneas de ESPN o de The Walt Disney Company de negocio.
- Cualquier endoso, habla de la participación o aspecto pagado por cualquier profesional o conferencia deportiva para colegio, Liga, equipo, Asociación, entidad, entrenador, jugador/participante activo, propietario o administrador, radio o televisión de la red, sitio web, blog o publicación, incluidos los pagos de cualquier clubes de aumentador de presión, asociaciones de alumnos, empresas u otros programas de apoyo.

Estricta revisión categorías.

Las siguientes categorías de endosos están sujetas a revisión estricta y una fuerte presunción que no se aprobó.

- Cualquier endoso relacionado con ropa, calzado o equipo atlético utilizados para el entrenamiento, jugar o participar en cualquier deporte o evento ESPN puede cubrir incluyendo las empresas que fabrican y distribuyen dicho material. **Sin embargo, que en la evaluación de prendas de vestir, calzado y equipo, se otorgará a jugadores, entrenadores y administradores que trabajan como analistas y para que tales anotaciones son parte del paisaje de la cobertura y presentación de informes de deportes excepciones.**
- Anotaciones relacionadas con cualquier forma de apuestas o loterías.
- Anotaciones de cualquier tipo de arma de fuego o municiones.
- Avaes de los candidatos políticos o cualquier forma de incidencia política.

Categorías de revisión normal.

- Todas las otras categorías están sujetos a nuestro proceso de revisión normal. ESPN tendrá en cuenta el potencial de la empresa o producto para ser objeto de una noticia de deportes o tema ESPN o el talento de una pérdida o la pérdida percibida de credibilidad o reputación.

Divulgación

- Todos aprobados talento endosos se divulgarán públicamente en ESPN.com.

Reclamaciones falsas, infundadas o injustificadas o testimonios que no pueden ser autenticados

Estándar

ESPN no será transmitida en los anuncios que contienen afirmaciones (i) falsos, sin fundamento o injustificadas, (ii) falsas o ambiguas declaraciones o representaciones que pueden ser engañosas a la audiencia o (iii) los testimonios que no pueden ser autenticados. ESPN Deportes reserva el derecho de solicitar una declaración jurada o declaración notarial firmada por el endosante que acredite la veracidad de todas las representaciones testimoniales así como pruebas escritas que el nombre o la foto del endosante se utiliza con el consentimiento expreso de esa persona.

Armas de fuego / munición de arma de fuego

Estándar

ESPN no acepta anuncios de armas de fuego o munición de arma de fuego.

Anuncios de fusiles, escopetas y pistolas de BB (rifle solamente) serán aceptadas sobre una base caso por caso después de la aprobación. Se recomienda encarecidamente que todos los elementos de producción (es decir, guión o storyboard, corte áspero, versión final) presentarse como disponible. Táctico, asalto o rifles de estilo de combate con

los clips de alta capacidad, supresores de flashes y colapso de las poblaciones no se permitirá. Una vez aprobados, estos anuncios pueden sólo aire en programas orientados a la caza y no en cualquier gran juego al aire libre, torneo de bajo o "evento similar" tipo de programación.

Publicidad para cualquier producto que muestra animales ha muerto o que son disparos o sufrimiento no son aceptables. Las solicitudes de excepciones se revisarán caso por caso, pero generalmente aves silvestres (patos, gansos) pueden ser mostrados cayendo desde el cielo o después de haber sido asesinado por los cazadores. Anuncios de cualquier producto que muestran a los niños hijos de tiro o de dirección no son aceptables.

Disposiciones regionales:

- **Brasil:** El anuncio deberá dejar claro que la adquisición del producto dependerá de registro otorgado por la autoridad competente. El anuncio no será emocional. El anuncio se limitará a la presentación del modelo, características y precio; evidencia que el uso del producto requiere equilibrio emocional y formación; emphatice el riesgo de la comunidad de mantener el producto en un lugar inseguro. Permitido entre 23:00 y 6:00 hora local sólo.

Anuncios de servicio público

Estándar

- Ninguna solicitud directa de fondos, ausencia de consideraciones de especial interés público (e.g., desastre o emergencia situaciones de alivio).
 - En lugar de solicitud directa de los fondos es permisible decir "más información" o a "aprender más" o "log a ___ para obtener más información."
 - Solicitud de esfuerzos voluntarios (por ejemplo, "dar tiempo") es permitido.
 - Todas actividades de socorro de emergencia o desastre para la compañía son administradas únicamente por extensión corporativa junto con The Walt Disney Company.
- No 800 u otro teléfono números de solicitar donaciones.
- No hay mensajes de incidencia política o de tema.
 - Contenido que promueve el tema orientado a mensajes (por ejemplo, conseguir un cáncer de colon chequeo) estJ.
- Publicidad pagada para campañas de candidatos políticos es permisible.
- Ningún contenido de las instituciones religiosas, ya sea proselitismo o no.
- Material de "Apreciación" es permisible tal como fue aprobado en un caso por caso (por ejemplo, apreciamos los esfuerzos de la Guardia Nacional de Alabama).
- Todo el material relacionado con la causa debe contener una declaración de "Pagado para por...", "Patrocinado por..." o "Apoyado por...".
- Componentes de los medios sociales son permitidos si encajan dentro de estas directrices.
- En su caso, los espectadores deben dirigirse al sitio del anunciante o de la Liga en lugar de la caridad de sí mismo. Otros sitios de compromiso social y enlace se considerará si son patrocinador conducido, y no el sitio de una caridad específica, no solicitud directa y conozca los lineamientos generales (por ejemplo, no hay defensa, etc.).

Anuncios de servicio público sin fines de lucro

Anuncios gratis enviado transmitirse por o en nombre de organizaciones sin fines de lucro (por ejemplo, la Cruz Roja), las agencias gubernamentales o por el Consejo de Ad debe ser revisada y aprobada por ESPN comunicaciones/Corporate Outreach.

Mensajes institucionales

Todos los puntos presentaron por o en nombre de los titulares de derechos o socios de Liga deben ser revisados y aprobados por la programación de ESPN. Para fines de estas normas y directrices, un "mensaje institucional" debe ser un sitio no comercial conformado por un mensaje informativo o de beneficencia sólo. Manchas presentadas por o en nombre de un titular de derechos que publicitan o promoción cualquier forma de empresa comercial o producto

asociado a un titular particular liga o derechos están permitidos sólo si autorizado por un acuerdo entre ESPN y el titular de tales derechos o Liga.

Disposiciones regionales:

- **Brasil:** Publicidad debe claramente explicar causas y oficial o tercer sector implicadas en la colaboración con empresas, marcas, productos y servicios. El anuncio no puede referirse a movimientos, causas, indicadores de desempeño o usar el prestigio y la credibilidad de la institución salvo autorización para hacerlo. Objeto de acciones socio-ambientales y la sostenibilidad de la publicidad no suelte el anunciante de cumplimiento.

Casino / Lotería / publicidad de juegos de azar

Casinos : ESPN va a distribuir la publicidad de casinos u otros lugares de juego (incluyendo servicios o turística de destinos que directa o indirectamente promoción juegos de azar), bajo las siguientes normas y directrices y según todas las leyes y regulaciones gubernamentales:

- El anuncio de ninguna manera promover el deporte apuestas o servicios de libro de la raza, incluyendo referencias a las probabilidades, carreras de caballos "tout" tableros, apuestas resbalones, etc..
- Anuncios de casinos pueden promover los servicios de juegos de azar del casino y pueden incluir referencias visuales o de audio para juegos de azar o apuestas parafernalia (por ejemplo, dados, ruletas, gráficos de tipo "máquina tragaperras").
- Publicidad para casinos estarán sujetas a cualquier restricción o prohibición requeridas por los titulares de derechos de programación durante la programación aplicable.

Juegos de azar/lotería : Que como se señala en estas normas de publicidad y pautas, ESPN no aceptar publicidad que constituyen o relativos a un sorteo, un concurso de cualquier tipo en el que el público se trata injustamente o cualquier empresa, servicio o producto que tendería a favorecer, ayudar, abet, ayudar, facilitar o promover juego ilegal o legal.

Carreras de caballos : Anuncios de carreras de caballo con licencia apuestas (incluyendo pistas de carreras y sitios web) se pueden ejecutar en propiedades de audio y digitales.

Poker instruccion : ESPN TV aceptará publicidad para sitios web u otros productos (por ejemplo, DVDs) que proporcionan una instrucción o materiales de instrucción (b) o participación de jugador no juego juegos como el poker, sujeto a las siguientes pautas:

- Programación aprobada puede variar basado en la continua exigencia de composición 21 + audiencia de 85%.
- Carteleras y características son permitidas en la programación aprobada (excepto el Audio)
 - Características deben ser específicas al contenido del programa de Liga aprobado
 - Características no permiten en SportsCenter
 - No vallas en el AM SportsCenters
 - No posiciones A vallas publicitarias en PM SportsCenters
 - No permitido en bottomlines
- No exclusivo. Pautas de 1(unit) por media hora, 2 (unidades) por programa hora. Ninguna copia se divide.
- No puede proporcionar el enlace a cualquier sitios relacionados con juegos de azar.
- TODO creativo debe claramente y específicamente nota "esto no es un sitio de apuestas" y está sujeto a la aprobación de ESPN (22 líneas de exploración por un mínimo de 3 segundos). Ver a descargo de responsabilidad/Supers para guías adicionales.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** No permitidos en la NFL, NBA, MLB, US Open (golf y tenis), X Games, LLWS, Spelling Bee, deportes de la High School secundaria. Publicidad Casino puede aire en programación (no - Campeonato de NCAA), la Universidad siempre y cuando el contenido del material publicitario no incluir referencias visuales o de

audio para juegos de azar o apuestas parafernalia. Restricciones de programación adicional sujeto a discreción de ESPN.

- **Australia/Pac-Rim:** Deportes sitios web de apuesta están permitidos con la autorización de ventas de publicidad.
- **México:** Deportes sitios web de apuesta están permitidos con la autorización de ventas de publicidad.

Productos ilegales o servicios

Estándar

ESPN no será transmitida en cualquier anuncio de un producto o servicio que es ilegal per se o no tiene ningún uso legal de la región en la que se distribuye el anuncio.

Motion Picture Marketing

Todos comerciales sometidos a ESPN están sujetos a estándares de la red y revisión las prácticas independientemente de la calificación. Los resultados de cualquier revisión específica reemplaza cualquier directrices generales que pueden estar en su lugar.

Reconocemos que en algunos casos ESPN tendrá que ejercer juicio en situaciones en cuanto a que la aplicación de la política puede ser ambigua, o en cuanto a que no se cubren ni incluso contemplar. En estos casos, se buscan el efecto pretendido de estas políticas y actuar de acuerdo con su espíritu. Además, cualquier comercial puede ser revisado y temporalmente suspendido del aire cuando los acontecimientos nacionales o mundiales del medio ambiente (por ejemplo, caso de guerra o francotirador)

Anuncios w mal ser considerados caso por caso. Sujeto a la restricción de la hora del día como más restrictivas normas de horario de programa. Plan y horario como comercial se debe revisar antes de aire.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** No permitido en X Games, High School secundaria, LLWS, Speling abeja . Restricciones de programación adicionales aplicables a discreción de ESPN.

Marketing de videojuegos

Todos comerciales sometidos a ESPN están sujetos a estándares de la red y revisión las prácticas independientemente de la calificación. Los resultados de cualquier revisión específica reemplaza cualquier directrices generales que pueden estar en su lugar.

Reconocemos que en algunos casos ESPN tendrá que ejercer juicio en situaciones en cuanto a que la aplicación de la política puede ser ambigua, o en cuanto a que no se cubren ni incluso contemplar. En estos casos, se buscan el efecto pretendido de estas políticas y actuar de acuerdo con su espíritu. Además, cualquier comercial puede ser revisado y temporalmente suspendido del aire cuando acontecimientos nacionales o mundiales del medio ambiente (por ejemplo, caso de guerra o francotirador)

Presentación de guiones gráficos y secuencias de comandos antes de disparar es muy recomendable.

A clasificado : Considerado en un caso por caso y plan/calendario como comercial se debe revisar antes de consideración para el aire.

M-clasificado juegos (incluyendo nominal RP = Clasificación pendiente) están sujetos a las directrices de audiencia Entertainment Software Ratings Bureau (ESRB) así como la revisión antes de la consideración para el aire.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** No permitido en X Games, High School secundaria, LLWS, Speling abeja . Restricciones de programación adicionales aplicables a discreción de ESPN.

Múltiples anuncios de producto

Estándar

Anuncios que cuentan con productos de múltiples distintas categorías de productos (por ejemplo, pasta de dientes y ropa detergente) en un solo punto requieren la aprobación expresa, previa de ventas de publicidad.

Inversiones

Disposiciones regionales:

- **Brasil:** Los anuncios deberán respetar los derechos de información de los inversionistas, accionistas, inversionistas individuales e institucionales, terceros con valores, instituciones públicas y organismos internacionales – en estricta observancia de la necesidad de ofrecerles toda aclaración a una decisión sensata y consciente – lo dispuesto en la legislación en la materia (Ley N° 4728/65 y ley no. 6404/76).

Publicidad por medios no-ESPN Deportes

Las siguientes directrices se aplicarán a publicidad por competidores de ESPN, así como los medios no competitivos puntos de venta en cadenas de televisión de ESPN y en las plataformas de ESPN no televisión.

Las directrices son para todas las plataformas de los medios ESPN (excepto la impresión)

Programación deportiva, plataformas y servicios

- Programación deportiva, plataformas y servicios no se permiten, excepto los siguientes:
 - Eventos PPV
 - Servicios de suscripción de multicanal (sin menciones específicas de red) si la publicidad es colocada por el proveedor de video (por ejemplo, DirecTV, Verizon, etc.)
- Diaria sitios web de deportes de fantasía será considerado sobre una base caso por caso, a condición de que;
 - La publicidad no contiene cualquier referencia abierta a contenidos relacionados con el juego.
 - El sitio web y publicidad son revisados y aprobados por ESPN y no contienen ningún contenido competitivo.
 - La publicidad no contener reclamos de superioridad o denigrantes declaraciones sobre servicios de fantasía tradicional encontradas ESPN.com.
 - Publicidad aprobado no está permitido correr en contenido de fantasía de ESPN Deportes, NFL Homepage o página de índice de NFL.

No programación deportiva, plataformas y servicios

- Publicidad para la programación de deportes no está permitida, incluyendo día, promoción de fecha y hora, el día que el espectáculo está programado para el aire, siempre y cuando no aire contra cualquier programación que es una prioridad promocional de ESPN. En este caso se permite una etiqueta genérica de "Revise su listado Local".
- Publicidad para no-programación deportiva, con o sin tono, no se permite al aire en cualquier ESPN transmitiendo durante el mismo período de tiempo de programación.
- Publicidad de programación no deportiva no aire dentro de tres horas espectáculos programados.
- No se permite la publicidad de las cadenas de televisión ABC no (CBS, NBC, FOX).
- No absorción de página de inicio de cualquier plataforma en el mismo día como ESPN protegidas de programación.
- Características y las carteleras son permitidas sobre una base caso por caso:
 - Contingente a la aprobación del material publicitario.

- Nombre del espectáculo es aceptable.
- Nombre de marca de la red es aceptable, pero el uso de las palabras "canal", "red", "tv", etc. no está permitido.
- Mostrar título debe leerse primero en todo copia, antes del nombre de la red.
- No están permitidos promociones de día, la fecha o la hora.
- Está prohibidas el Bottomlines.

Grabadoras de Video Digital Video grabadoras personales

Anuncios de productos o servicios que mencionan o promoción de cualquier manera el salto, avance rápido a través de alterar o evitar la visualización de anuncios no son aceptables.

Disposiciones regionales:

- **Brasil:** ESPN Brasil no acepta la campaña de los operadores de TV de pago.

Las fechas de presentación / sincronización

Estándar

Presentación de comercial constituye la garantía de agencia/cliente para ESPN Deportes que han sido borrados todos los elementos para aire con respecto a los derechos de propiedad intelectual: Esto incluye, pero no está limitado a, derechos de privacidad y maestro, mecánico, rendimiento y sincronización los derechos para la música.

Se requiere un mínimo de dos semanas de plazo.

Derechos de terceros

Estándar

ESPN no aceptará la publicidad que incluye cualquier elemento de la propiedad intelectual para que el anunciante ha no obtener el consentimiento del titular de usar, incluyendo pero no limitado a maestro de música, mecánica, funcionamiento y sincronización de los derechos. ESPN no aceptará la publicidad que da lugar a cualquier otra reclamación colorable de infracción, apropiación indebida u otra forma de competencia desleal.

Presentación de comercial constituye garantía de la Agencia y el anunciante para ESPN Deportes que han sido borrados todos los elementos para aire con respecto a los derechos de propiedad intelectual, incluidos los derechos de la música. Anunciante o su agencia debe presentar prueba de la separación inmediatamente a petición de ESPN.

Tabaco

Estándar

ESPN no aceptar anuncios de tabaco o productos que promueven fumar (encendedores, etc.).

Cigarrillos electrónicos serán aceptados sobre una base caso por caso:

- Depende del informe del creativo.
- En ningún momento puede una persona demostrar fumar o el uso activo del producto.
- Anuncios en vídeo en plataformas digitales deben tener un aviso inicial o anterior comunicando claramente que esto es un producto sin humo y que no contiene tabaco.
- Anuncios en vídeo en plataformas digitales deben ser iniciado por el usuario.

Disposiciones regionales:

- **Restricciones generales:** No permitido en NFL, MLB, NBA, Colegio, US Open (Golf y tenis), juegos, secundaria, LLWS, Spelling abeja.

- **Brasil:** Ningún anuncio de cualquier producto que pretende inhibir el hábito de fumar puede ser aceptado, a menos que el anunciante pone de manifiesto que el producto sólo ofrece asistencia y que el éxito de su uso shal depende de la fuerza de voluntad de quien uso.