

— Sr. José Vicente Felip Bardoll, representant de la Direcció General de la Funció Pública.

Model d'instància: Els aspirants hauran d'emplenar una sol·licitud per lloc de treball, segons el model annex I. Hauran d'adjuntar-hi fotocòpia del DNI, currículum vitae i documentació justificativa dels mèrits alegats.

Termini de presentació d'instàncies: Quinze dies hàbils, comptadors a partir de l'endemà de la publicació d'aquesta convocatòria en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

València, 19 de juny de 1990. — El Director General de la Funció Pública: Rafael García i Maties.

ANNEX I

Model d'instància

Número i lloc que se sol·licita
 Conselleria
 Número i data de la Convocatòria
 Cognoms
 Nom
 Relació professional amb la Generalitat Valenciana
 Relació professional amb altres Administracions Públiques
 Antiguitat de la relació
 Destinació actual
 Lloc de treball
 Cos o Escala NRP
 Adreça oficial Tel.
 Adreça particular Tel.
 DNI

Relació de documents compulsats o certificats sobre antecedents professionals i les altres dades que es consideren d'interès per a la provisió del lloc:

1
 2
 3

València, d de 1990.

Signatura de l'interessat

IL·LM. SR. DIRECTOR GENERAL DE LA FUNCIO PÚBLICA
 Registre General de la Conselleria d'Administració Pública.
 Miquelet, 5
 46001 VALÈNCIA

ALTRES DISPOSICIONS

PRESIDÈNCIA DE LA GENERALITAT

1839 *RESOLUCIÓ de 19 de juny de 1990, de la Direcció General de Mitjans de Comunicació Social de la Presidència de la Generalitat, per la qual es fan públiques les normes bàsiques de publicitat, aprovades pel Consell d'Administració de Radiotelevisió Valenciana.* [90/3150]

Les normes bàsiques de publicitat en Radiotelevisió Valenciana han estat aprovades pel Consell d'Administració de

— D. José Vicente Felip Bardoll, representante de la Dirección General de la Función Pública.

Modelo de instancia: Los aspirantes rellenarán su solicitud de acuerdo con el modelo anexo I de instancia. Deberán acompañar fotocopia del DNI, currículum vitae y documentación justificativa de los méritos alegados.

Plazo de presentación de instancias: Quince días hábiles, contados a partir del día siguiente de la publicación de esta convocatoria en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

Valencia, a 19 de junio de 1990. — El Director General de la Función Pública: Rafael García i Maties.

ANEXO I

Modelo de instancia

Número y puesto que se solicita
 Conselleria
 Número y fecha de la Convocatoria
 Apellidos
 Nombre
 Relación profesional con la Generalitat Valenciana
 Relación profesional con otras Administraciones Públicas
 Antigüedad de la relación
 Destino actual
 Lugar de trabajo
 Cuerpo o Escala NRP
 Domicilio oficial Tel.
 Domicilio Particular Tel.
 DNI

Relación de documentos compulsados o certificados sobre los antecedentes profesionales y cuantos datos se consideren de interés para la provisión del puesto:

1
 2
 3

Valencia, a d de 1990.

Firma del interesado

ILMO. SR. DIRECTOR GENERAL DE LA FUNCIO PÚBLICA
 Registro General de la Conselleria d'Administración Pública.
 Miguelete, 5
 46001 VALÈNCIA

OTRAS DISPOSICIONES

PRESIDENCIA DE LA GENERALITAT

1839 *RESOLUCIÓN de 19 de junio de 1990, de la Dirección General de Medios de Comunicación Social de la Presidencia de la Generalitat, por la que se hacen públicas las normas básicas de publicidad aprobadas por el Consejo de Administración de Radiotelevisión Valenciana.* [90/3150]

Las Normas Básicas de Publicidad en Radiotelevisión Valenciana han sido aprobadas por el Consejo de Administra-

l'ens públic Radiotelevisió Valenciana, segons que estableix l'article 7 de la Llei 7/84, de 4 de juliol, de creació de l'entitat pública esmentada.

Aquesta Direcció General n'ha acordat la publicitat per a coneixement general, mitjançant la seua inserció en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

València, 19 de juny de 1990. — El Director General de Mitjans de Comunicació Social: Andreu López i Blasco.

Normes bàsiques de publicitat en RTVV

Principis generals

Les normes presents regulen l'emissió de publicitat en els mitjans de comunicació de titularitat de la Comunitat Valenciana, gestionats per l'ens públic Radiotelevisió Valenciana.

S'exclou de l'àmbit d'aplicació d'aquestes normes el dret d'accés dels grups polítics en període de campanya electoral.

La funció que la publicitat ha de complir en els mitjans de RTVV constitueix un servei públic d'informació als consumidors. I açò per tal d'orientar la llibertat d'elecció i d'afavorir la lícita concurrència en el mercat de les empreses i persones que puguen oferir béns, serveis o d'altres productes legals de consum al públic.

Indubtablement, però, aquesta limitació no esgota les pautes a què ha de sotmetre's la publicitat en l'àmbit de RTVV. Publicitat que ha d'ajustar-se, a més a més, als principis d'objectivitat, veracitat i protecció de la joventut i de la infantesa.

En defensa d'aquests valors s'imposen certes restriccions a l'exercici de la publicitat. Restriccions que s'expressen en aquestes normes, encara que tot mirant, d'una banda, de reduir al mínim acceptable les limitacions i, d'altra banda, de tipificar-les, amb la finalitat d'evitar declaracions i prohibicions generals i indeterminades, que pogueren deixar indefensos els anunciants davant els òrgans encarregats de decidir sobre la procedència, o improcedència, dels anuncis que hom pretén d'emetre.

Les normes prohibeixen decididament la publicitat encoberta i, de forma molt especial, el recurs de la publicitat subliminar, ja que les dues signifiquen una lesió a les normes de competència comercial i a la defensa dels drets dels consumidors.

L'extraordinària influència que té la publicitat obliga a vetlar perquè els principis cívics de convivència queden especialment reforçats en la seua aplicació, excloent-hi específicament tota apel·lació a la insolidaritat, el recurs a la violència o a les conductes temeràries.

Per la mateixa raó, s'exclouen els anuncis que puguen ser ofensius per a les conviccions morals del públic. I també aquells que suposen un atac als animals i a la natura.

La regulació dels principis de veracitat i d'autenticitat, i també el de lliure competència, seran garantia essencial dels drets dels consumidors. La mateixa activitat econòmica obliga a concedir una atenció notable a aquests aspectes.

Les normes regulen també les condicions d'aparició del personal que preste servei o col·labore en la programació de RTVV, a fi de garantir que no es produesca un aprofitament amb finalitats lucratives o públiques d'imatges personals que en deuen la popularitat a la seua aparició en aquests mitjans públics.

Les normes determinen també elementals principis d'emissió, i tractaran d'evitar que la inserció d'espais publicitaris pugua arribar a ser considerada pels espectadors i oïdors com una agressió a la seua intimitat o capacitat d'audiència per l'ús abusiu que pogués fer-se'n en els continguts o en la programació.

Som conscients que les normes que s'hi inclouen estan subjectes als canvis de ritme freqüents que es produeixen al si de la societat. I que haurà de ser l'experiència la que done caràcter definitiu a aquest reglament o n'aconseje la modificació, si fos pertinent.

ción del Ente Público Radiotelevisión Valenciana, de acuerdo con lo establecido en el artículo 7 de la Ley 7/1984 de 4 de julio, de creación de la Entidad Pública citada.

Esta Dirección General ha acordado su publicidad para general conocimiento mediante su inserción en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

Valencia, 19 de junio de 1990. — El Director General: Andreu Lopez i Blasco.

Normas básicas de publicidad en RTVV

Principios generales

Las presentes normas regulan la emisión de publicidad en los medios de comunicación de titularidad de la Comunidad Valenciana, gestionados por el Ente Público Radiotelevisión Valenciana.

Se excluye del ámbito de aplicación de estas normas el derecho de acceso de los grupos políticos en periodo de campaña electoral.

La función que la publicidad debe cumplir en los medios de RTVV constituye un servicio público de información a los consumidores. Ello con el fin de orientar su libertad de elección y favorecer la lícita concurrencia en el mercado de las empresas y personas que puedan ofrecer bienes, servicios u otros productos legales de consumo al público.

Pero, indudablemente, tal limitación no agota las pautas a que debe someterse la publicidad en el ámbito de RTVV. Publicidad que debe, además, ajustarse a los principios de objetividad, veracidad y protección de la juventud y de la infancia.

En defensa de estos valores se imponen determinadas restricciones al ejercicio de la publicidad. Restricciones que se expresan en estas normas, si bien procurando, por un lado, reducir al mínimo aceptable las limitaciones, y por otro, tipificarlas. Con el fin de evitar declaraciones y prohibiciones generales e indeterminadas, que pudiesen dejar indefensos a los anunciantes ante los órganos encargados de decidir sobre la procedencia, o improcedencia, de los anuncios que se pretenden emitir.

Las normas prohíben decididamente la publicidad encubierta; y de forma muy especial el recurso de la publicidad subliminar. Puesto que ambas significan una lesión a las normas de competencia comercial y a la defensa de los derechos de los consumidores.

La extraordinaria influencia que tiene la publicidad obliga a velar para que los principios cívicos de convivencia queden especialmente reforzados en su aplicación, excluyendo específicamente toda apelación a la insolidaridad, el recurso a la violencia o a las conductas temerarias.

Por la misma razón, se excluyen los anuncios que puedan ser ofensivos para las convicciones morales del público. Así como los que supongan un ataque a los animales y a la naturaleza.

La regulación de los principios de veracidad y de autenticidad, así como el de libre competencia, serán garantía esencial de los derechos de los consumidores. La propia actividad económica obliga a conceder una atención notable a estos aspectos.

Las normas regulan también las condiciones de aparición del personal que preste sus servicios o colabore en la programación de RTVV. Con el fin de garantizar que no se produzca un aprovechamiento con fines lucrativos o públicos de imágenes personales que deben su popularidad a su aparición en estos medios públicos.

Las normas determinan también elementales principios de emisión, tratando de evitar que la inserción de espacios publicitarios pueda llegar a ser apreciada por los espectadores y oyentes como una agresión a su intimidad o capacidad de audiencia por el uso abusivo que de la misma pudiese hacerse en los contenidos o en la programación.

Somos conscientes de que las normas que aquí se recogen están sujetas a los frecuentes cambios de ritmo que se producen en el seno de la sociedad. Y que deberá ser la experiencia quien de carácter definitivo a este reglamento o aconseje su modificación si fuese pertinente.

TÍTOL I

Continguts de les emissions publicitàries

Article primer

La publicitat respectarà sempre l'ordenament constitucional, la Declaració Universal de Drets Humans i tots els tractats i convenis internacionals que hagen estat subscrits o siguen subscrits per Espanya, l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, la Llei de Creació de l'ens públic Radiotelevisió Valenciana i els principis bàsics i les línies generals de programació d'aquest, igualment com la Llei General de Publicitat i la Llei de Defensa de Consumidors i Usuaris, i també les disposicions legals que afecten l'activitat publicitària.

Article segon

Els missatges publicitaris s'intercalaran entre els programes que siguen emesos, tret de la publicitat de patronatge, l'esponsorització, la publicitat sobreimpressionada i l'estàtica en les diverses retransmissions. Tots els missatges publicitaris s'orientaran d'acord amb els principis generals.

Article tercer

La publicitat respectarà en el seu contingut les regles fonamentals de veracitat, objectivitat, licitud i autenticitat. Tendrà d'orientar la llibertat d'elecció dels consumidors, respectarà la competència lliure i lleial sense referències de menyspreu o desqualificació per a altres productes.

Es mantindran nivells mínims de qualitat en l'emissió publicitària. La Comissió de Publicitat del Consell d'Administració vetlarà per la qualitat dels missatges publicitaris.

Article quart

Segons l'apartat a) de l'article 1 de la Llei 7/84, de 4 de juliol, de Creació de l'Entitat Pública Radiotelevisió Valenciana, hom hi promourà l'ús de la llengua pròpia de la Comunitat Valenciana. Els textos escrits i parlats hauran d'estar redactats correctament, tot evitant expressions de mal gust. TVV o Canal Nou podran traduir al valencià, sense cap càrrec, els textos publicitaris que els siguen proposats.

Article cinquè

Els missatges publicitaris vetlaran per no discriminar les persones, situant-les en un paper de submissió o d'inferioritat. No hi haurà, en aquests, cap referència a possible discriminació per raó de naixement, raça, sexe, religió o qualsevol altra circumstància personal o social. No s'hi permetrà de ridiculitzar persones amb defectes físics o psíquics.

En tot cas es promouran les condicions perquè la llibertat i la igualtat de les persones i dels grups siguen reals i efectives.

Article sisè

S'hi evitarà la presència de qualsevol element que implique la construcció de models socials diferents per a homes i dones. Seran refusats aquells missatges publicitaris que situen l'home o la dona en inferioritat l'un de l'altre. Es missatges dirigits a les dones, o aquells en què figuren, hauran de garantir el respecte i la dignitat a la seua condició i la defensa dels seus drets.

Article setè

Els missatges publicitaris dirigits als xiquets i xiquetes miraran de fomentar i d'inspirar accions creadores, sentiments estètics i de sociabilitat. No contendran mai afirmacions o imatges que puguen resultar nocives mentalment, moralment o física per al xiquet o la xiqueta, que puguen abusar-ne de la ingenuïtat o manca d'experiència.

Ni el text ni la imatge de l'anunci poden apel·lar al xiquet o la xiqueta perquè demanen als seus pares o a una altra persona que compren el producte anunciat.

Per a l'admissió de publicitat de joguets, s'hi aportarà documentació que certifique complir les normes sobre innocuïtat. No s'hi permetrà publicitat de joguets que exalten el bel·licisme i la violència.

L'anunci no provocarà confusió quant a la forma de ser accionats els joguets i haurà de deixar constància del seu preu si el joguet ultrapassa les 5.000 PTA, o la quantitat que s'estableisca per la legislació vigent.

TÍTULO I

Contenidos de las emisiones publicitarias

Artículo primero

La publicidad respetará siempre el Ordenamiento Constitucional, la Declaración Universal de Derechos Humanos y cuantos Tratados y Convenios Internacionales hayan sido suscritos o se suscriban por España, el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana, la Ley de Creación del Ente Público Radiotelevisión Valenciana y los Principios Básicos y Líneas Generales de Programación del mismo. Así como la Ley General de Publicidad y Ley de Defensa de Consumidores y Usuarios, así como las disposiciones legales que afecten a la actividad publicitaria.

Artículo segundo

Los mensajes publicitarios se intercalarán entre los programas que se emitan, a excepción de la publicidad de patrocinio, la sponsorización, la publicidad sobreimpressionada y la estática en la diversas retransmisiones. Todos los mensajes publicitarios se orientarán de acuerdo con los principios generales.

Artículo tercero

La publicidad respetará en su contenido las reglas fundamentales de veracidad, objetividad, licitud y autenticidad. Tenderá a orientar la libertad de elección de los consumidores, respetará la libre y leal competencia sin referencias de menosprecio o descalificación para otros productos.

Se mantendrán niveles mínimos de calidad en la emisión publicitaria. La Comisión de Publicidad del Consejo de Administración velará por la calidad de los mensajes publicitarios.

Artículo cuarto

De acuerdo con el apartado a) del artículo 1 de la Ley 7/84, de 4 de julio, de Creación de la Entidad Pública de Radiotelevisión Valenciana se promoverá el uso de la lengua propia de la Comunidad Valenciana. Los textos escritos y hablados tendrán que estar redactados correctamente evitando expresiones de mal gusto. TVV o Canal Nou podrán traducir al valenciano, sin cargo alguno, los textos publicitarios que le sean propuestos.

Artículo quinto

Los mensajes publicitarios velarán por no discriminar a las personas situándolas en un papel de sumisión o de inferioridad. No habrá en ellos referencia alguna a posible discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión o cualquier otra circunstancia personal o social. No se permitirá ridiculizar a personas con defectos físicos o psíquicos.

En todo caso se promoverán las condiciones para que la libertad e igualdad de los individuos y grupos sean reales y efectivas.

Artículo sexto

Se evitará la presencia de cualquier elemento que implique la construcción de modelos sociales diferentes para hombres y mujeres. Serán rechazados aquellos mensajes publicitarios que sitúen al hombre o la mujer en inferioridad de uno u otro. Los mensajes dirigidos a las mujeres o en los que ellas figuren, deberán garantizar el respeto y la dignidad a su condición y la defensa de sus derechos.

Artículo séptimo

Los mensajes publicitarios dirigidos a los niños y las niñas promoverán fomentar e inspirar acciones creadoras, sentimientos estéticos y de sociabilidad. No contendrán afirmaciones o imágenes que puedan resultar nocivas, mental, moral o físicamente para el niño o la niña, que puedan abusar de su ingenuidad o falta de experiencia.

Ni el texto ni la imagen del anuncio pueden apelar al niño o niña para que pida a sus padres o a otra persona que compren el producto anunciado.

Para la admisión de publicidad de juguetes se aportará documentación que certifique cumplir las normas sobre inocuidad. No se permitirá publicidad de juguetes que exalten el belicismo y la violencia.

El anuncio no provocará confusión en cuanto a la forma de ser accionados los juguetes y deberá dejar constancia de su precio si el juguete excede a las 5.000 PTA, o la cantidad que se establezca por la legislación vigente.

En aquest tipus de publicitat no podran ser utilitzats, en cap de cas, com a actors o presentadors, persones que actuen habitualment en programes o personatges de sèries de dibuixos animats ni tampoc la veu i la imatge de personatges o herois tradicionals.

Article vuitè

En la publicitat s'evitaran escenes de violència o aquelles que puguin provocar por, així com les que indueixen de fer imprudències o negligències. Tampoc no s'admetran aquells missatges que inciten a la crueltat, al maltractament dels animals, o a la destrucció del paisatge i la naturalesa.

Article novè

Pel que fa a la publicitat sobre tabacs i begudes alcohòliques, s'ajustarà al règim de limitacions d'aquest tipus de publicitat vigent, i de forma molt especial a la Llei Orgànica 3/86, de 14 d'abril, de Mesures especials en matèria de Salut Pública; la Llei General de Publicitat d'11 de novembre de 1988 i la Llei de la Generalitat Valenciana 2/87, de 9 d'abril, d'Estatut de Consumidors i Usuaris de la Comunitat Valenciana. Si s'escau, hom advertirà sempre de les conseqüències nocives del seu consum per a la salut i no tindrà per protagonistes els menors d'edat ni inclourà arguments referits als esports o esportistes.

Article deu

Els anuncis de productes farmacèutics hauran d'estar prèviament autoritzats pels organismes administratius competents, i no podran reproduir símbols, ambients o imatges que reflectesquen les opinions i els consells d'un especialista.

Els productes relacionats amb la bellesa, higiene i salut, hauran de demostrar que les substàncies que intervenen en la seua composició no presenten risc per a la salut.

Els referits a dietètica hauran d'indicar que cal prendre'ls com a part d'una dieta recomanada pel metge i hauran de complir la seua reglamentació específica tècnico-sanitària.

Article onze

Els anuncis referits a la publicitat financera, bancària, d'entitats de finançament, d'inversió immobiliària, d'inversió de títols de valors, si convé, hauran d'acreditar haver obtingut l'autorització administrativa prèvia. Hauran de ser clars en la seua formulació, de comprensió fàcil i no ocultaran dades essencials ni crearan expectatives de difícil compliment.

Article dotze

Cap emissió publicitària no podrà incloure jocs d'atzar, sorteigs ni oferta de premis, si hom no n'explica amb claredat el mecanisme d'adjudicació, per tal que no induesca a engany. Queden exclosos d'aquesta norma els anuncis de la loteria nacional, les travesses i altres de caràcter públic o benèfic, d'acord amb la legislació vigent.

Article tretze

Hauran de ser provades la naturalesa, composició i qualitats del producte. Els termes científics hauran de ser presentats de forma inequívoca i respondre a la realitat. Els anuncis de productes que s'hi presenten amb «denominació d'origen», així com aquells en què es faça menció de premis o distincions concedides al producte, hauran de provar documentalment la condició esmentada.

Article catorze

La publicitat sobre vehicles de motor no oferirà en el contingut verbal, visual o sonor cap incitació a l'excés de velocitat o a situacions de perill que suposen una vulneració del Codi de Circulació. Hom podrà admetre escenes de velocitat o maniobres de risc, tot advertint que corresponen a competicions en circuits tancats o realitzades per especialistes.

TÍTOL II

Formes d'emissió de la publicitat

Article quinze

L'emissió de publicitat es farà de manera diferenciada de la programació. Es presentarà per blocs identificats per senyals visuals i sonors en TVV o sonors en Canal Nou, tret de la publicitat de pa-

En este tipo de publicidad no podrán ser utilizados, en ningún caso, como actores o presentadores, personas que actúen habitualmente en programas o personajes de series de dibujos animados ni tampoco la voz y la imagen de personajes o héroes tradicionales.

Artículo octavo

En la publicidad se evitarán escenas de violencia o aquellas que puedan provocar miedo, así como las que llamen a cometer imprudencias o negligencias. Tampoco se admitirán aquellos mensajes que inciten a la crueldad, al maltrato a los animales, o a la destrucción del paisaje y la naturaleza.

Artículo noveno

Por lo que se refiere a la publicidad sobre tabacos y bebidas alcohólicas se ajustará al régimen de limitaciones de este tipo de publicidad vigente y de modo muy especial a la Ley Orgánica 3/86, de 14 de abril, de Medidas Especiales en materia de Salud Pública; la Ley General de Publicidad de 11 de noviembre de 1988 y la Ley de la Generalitat Valenciana 2/87, de 9 de abril, de Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana. En su caso, se advertirá siempre de las consecuencias nocivas de su consumo para la salud y no tendrá por protagonistas a los menores de edad ni incluirá argumentos que se refieran a los deportes o deportistas.

Artículo décimo

Los anuncios de productos farmacéuticos tendrán que estar previamente autorizados por los organismos administrativos competentes y no podrán reproducir símbolos, ambientes o imágenes que reflejen las opiniones o los consejos de un especialista.

Los productos relacionados con la belleza, higiene y salud tendrán que demostrar que las sustancias que intervienen en su composición no presentan riesgo para la salud.

Los referidos a dietética tendrán que indicar que es necesario tomarlos como parte de una dieta recomendada por el médico y deberán cumplir su específica reglamentación técnica-sanitaria.

Artículo once

Los anuncios referidos a la publicidad financiera, bancaria, de entidades de financiación, de inversión inmobiliaria, de inversión de títulos valores; en su caso, deberán acreditar haber obtenido la autorización administrativa previa. Deberán ser claros en su formulación, de fácil comprensión y no ocultarán datos esenciales ni crear expectativas de difícil cumplimiento.

Artículo doce

Ninguna emisión publicitaria puede incluir juegos de azar, sorteos ni oferta de premios, si no se explica con claridad el mecanismo de adjudicación de forma que no conduzca a engaño. Quedan excluidos de esta norma los anuncios de la lotería nacional, las quinielas y otros de carácter público o benéfico de acuerdo con la legislación vigente.

Artículo trece

Deberán ser probadas la naturaleza, composición y cualidades del producto. Los términos científicos deberán ser presentados de manera inequívoca y responder a la realidad. Los anuncios de productos que se presenten con «denominación de origen», así como aquellos en los que se haga menció de premios o distinciones concedidas al producto, deberán probar documentalment dicha condició.

Artículo catorce

La publicidad sobre vehículos de motor no ofrecerá en su contenido verbal, visual o sonoro incitación alguna al exceso de velocidad o a situaciones de peligro que supongan una vulneración del Código de Circulación. Se podrán admitir escenas de velocidad o maniobras de riesgo, advirtiendo que corresponden a competiciones en circuitos cerrados o ejecutadas por especialistas.

TÍTULO II

Formas de Emisión de la Publicidad

Artículo quince

La emisión de publicidad se hará de manera diferenciada de la programación. Se presentará por bloques identificados por señales visuales y sonoras en TVV o sonoras en el Canal Nou, a excepción

tronatge i/o esponsorització, la sobreimpresa i l'estàtica en les diverses retransmissions. Queda prohibida la publicitat subliminar. Alhora, no s'hi admetrà publicitat que difonga idees filosòfiques, polítiques o religioses i s'evitarà de ferir conviccions i d'estimular actituds antisocials o insolidàries.

Article setze

No s'hi admetran missatges de publicitat aliena referida a programes que s'hagen difós o es projecten difondre, ni títols, músiques ni persones si, entre la data d'emissió de l'anunci i la dels programes, no transcorre almenys un període de tres mesos, tret dels programes patrocinats.

Ahora, no podran aparèixer en els anuncis actors, directors, presentadors o qualsevol altra persona vinculada a un programa fins a després de tres mesos de la darrera emissió. Se n'exceptuen els casos de publicitat institucional o benèfica, així com la presentació o promoció de programes propis de TVV o Canal Nou.

Article disset

No serà intercalada ni es permetrà cap tipus de publicitat en retransmissions de cerimònies cíviques i religioses, ni en els debats polítics en directe, quan altere la transmissió normal d'aquests. En aquests casos, amb anterioritat o posterioritat se'n podrà admetre l'increment en un 50% de l'emissió publicitària.

Article divuit

Els blocs publicitaris s'emetràn entre programes, tot observant el mateix nivell d'eixida de so que durant l'emissió normal. El temps diari no superarà els vuit minuts per cada seixanta d'emissió i, en tot cas, l'emissió de publicitat no superarà el 10% de la programació. La publicitat infantil no superarà el 10% del temps publicitari de l'any.

En programes de duració superior a 52 minuts, els blocs hauran de ser emesos en fraccions de 26 minuts, tot intentant de respectar els intervals naturals.

En les retransmissions esportives i d'espectacles, l'emissió publicitària s'adequarà a les pauses naturals d'aquells, i s'hi permetrà l'esponsorització i la publicitat sobreimpresa durant l'emissió.

S'admetrà una pausa publicitària en els informatius diaris, en el bloc informatiu i en el d'esports i meteorologia. La duració màxima d'aquesta pausa serà de dos minuts.

Cap anunci no es podrà repetir en el mateix bloc.

Article dinou

S'admetrà la publicitat de patrocini i/o esponsorització i la publicitat sobreimpresa, sempre que aquesta ocupe com a màxim el terç inferior de la pantalla.

Article vint

Els missatges publicitaris hauran de respectar el règim vigent, en tot allò concernent a la propietat intel·lectual i industrial i als drets de les persones a la seua imatge.

TÍTOL III Control de la publicitat

Article vint-i-un

La Comissió de Publicitat del Consell d'Administració vetlarà per la qualitat dels missatges publicitaris i perquè s'ajusten a aquesta normativa.

Artículo veintidós

La Comisión de Publicidad, atendiendo al cumplimiento de las presentes normas, elevará al Consejo de Administración que deberá resolver de modo inmediato su propuesta sobre la publicidad que se emita por TVV y por el Canal Nou, y de cuyo contenido pueda dudarse con respecto a su adecuación a la presente normativa.

Artículo veintitrés

La Comisión de Publicidad del Consejo de Administración realizará un seguimiento de la emisión publicitaria, debiendo esta ajustarse a estas normas.

de la publicidad de patronazgo y/o sponsorización, la sobreimpresa y la estática en las diversas retransmisiones. Queda prohibida la publicidad subliminar. Asimismo no se admitirá publicidad que difunda ideas filosóficas, políticas o religiosas y se evitará herir convicciones y estimular actitudes antisociales o insolidarias.

Artículo dieciséis

No se admitirá mensajes de publicidad ajena referida a programas que se hayan difundido o se proyecten difundir, ni títulos, músicas, ni personas si entre la fecha de emisión del anuncio y la de los programas no transcurre por lo menos un periodo de tres meses, excepto en los programas patrocinados.

Igualmente no podrán aparecer en los anuncios actores, directores, presentadores o cualquier otra persona vinculada a un programa hasta después de tres meses de su última emisión. Se exceptúan los casos de publicidad institucional o benéfica, así como la presentación o promoción de programas propios de TVV y Canal Nou.

Artículo diecisiete

No será intercalada ni se permitirá ningún tipo de publicidad en retransmisiones de ceremonias cívicas y religiosas, ni en los debates políticos en directo, cuando altere la transmisión normal de los mismos. En estos casos con anterioridad o posterioridad se podrá admitir el incremento en un 50% de la emisión publicitaria.

Artículo dieciocho

Los bloques publicitarios se emitirán entre programas, observando el mismo nivel de salida del sonido que durante la emisión normal. El tiempo diario no superará los 8 minutos por cada 60 de emisión y en todo caso, la emisión de publicidad no superará el 10% de la programación. La publicidad infantil no superará el 10% del tiempo publicitario del año.

En programas de duración superior a 52 minutos los bloques podrán ser emitidos en fracciones de 26 minutos, intentando respetar los intervalos naturales.

En las retransmisiones deportivas y de espectáculos la emisión publicitaria se adecuará a las pausas naturales de aquellos, permitiéndose la sponsorización y la publicidad sobreimpresa durante la emisión.

Se admitirá una pausa publicitaria en los informativos diarios, entre el bloque informativo y el de deporte y meteorología. La duración máxima de esta pausa será de dos minutos.

Ningún anuncio se podrá repetir en el mismo bloque.

Artículo diecinueve

Se admitirá la publicidad de patronazgo y/o sponsorización y la publicidad sobreimpresa siempre y cuando ésta ocupe como máximo el tercio inferior de la pantalla.

Artículo veinte

Los mensajes publicitarios deberán respetar el régimen vigente en lo que concierne a la propiedad intelectual e industrial y a los derechos de las personas sobre su imagen.

TÍTULO III Control de la Publicidad

Artículo veintiuno

La Comisión de Publicidad del Consejo de Administración velará por la calidad de los mensajes publicitarios y porque los mismos se ajuste a la presente normativa.

Artículo vint-i-dos

La Comisión de Publicitat, atenent al compliment d'aquestes normes, elevará al Consell d'Administració —el qual haurà de resoldre-la de manera immediata— la seua proposta sobre la publicitat que s'emeta per TVV i pel Canal Nou, del contingut de la qual hom pugua dubtar pel que fa a la seua adequació a aquesta normativa.

Artículo vint-i-tres

La Comissió de Publicitat del Consell d'Administració realitzarà un seguiment de l'emissió publicitària i haurà d'ajustar-se a aquestes normes.

Artículo veinticuatro

TVV o Canal Nou, previo informe del Consejo de Administración, se reservará la facultad de rechazar un anuncio o suspender su emisión si se considera que es contrario a los supuestos contemplados en esta normativa.

TÍTULO IV
Normas reguladoras de la Contratación

Artículo veinticinco

Todos los mensajes publicitarios que se emitan por TVV o Canal Nou, se ajustarán a las condiciones y tarifas oficiales previamente fijadas.

Artículo veintiséis

Podrán concederse unas condiciones especiales a aquellas entidades, empresas o particulares que deseen emitir un anuncio cuyo contenido sea de utilidad pública, fomento de la lengua y cultura valenciana o la realización de un bien social manifiesto.

Artículo veintisiete

La solicitud de reserva de espacio publicitario se realizará con una antelación mínima de tres días en TVV y 48 horas en Canal Nou, antes de la fecha de su emisión. Solo excepcionalmente se podrá emitir publicidad el mismo día de reserva de espacio publicitario cuando el material se encuentre en TVV o Canal Nou y sea posible su emisión con la calidad y requisitos exigidos por las presentes normas.

Artículo veintiocho

El material publicitario que se entregue para su emisión en TVV tendrá los siguientes formatos:

- a) Spot Film 35 mm con sonido óptico incorporado.
- b) Spot publicitario con soporte vídeo.
 - Cintas de Vídeo 1" formato C
 - Cintas de Vídeo 1" formato B
 - Cintas de 3/4 broadcast (banda alta)
 - Cintas de 1/2 broadcast Betacamp SP

El material publicitario que se entregue para su emisión en Canal Nou tendrá el siguiente formato:

- Cinta abierta de 1/4 de pulgada

Artículo veintinueve

Se podrán establecer tarifas preferenciales para los anuncios de libros y publicaciones periódicas.

CONSELLERIA D'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

- 1840** *CORRECCIÓ d'errades a la Resolució de 29 de maig de 1990, de la Direcció General d'Administració Local, per la qual es publica la declaració d'urgent ocupació dels béns i drets subjectes a expedient d'expropiació forçosa de l'Ajuntament de Montaverner (València).* [90/3224]

Advertides errades en la resolució esmentada, i que fou publicada en el DOGV núm. 1324, de 13 de juny de 1990, efectuem les esmenes següents:

En l'últim paràgraf, on diu: «davant l'Ajuntament de Jacarilla»; ha de dir: «davant l'Ajuntament de Montaverner».

Article vint-i-quatre

TVV o Canal Nou, amb l'informe previ del Consell d'Administració, es reservaran la facultat de rebutjar un anunci o de suspendre'n l'emissió, si es considera que és contrari als supòsits contemplats en aquesta normativa.

TÍTOL IV
Normes reguladores de la contractació

Article vint-i-cinc

Tots els missatges publicitaris que siguen emesos per TVV i Canal Nou hauran d'adaptar-se a les condicions i a les tarifes oficials fixades prèviament.

Article vint-i-sis

Podran concedir-se unes condicions especials a aquelles entitats, empreses o particulars que desitgen d'emetre un anunci el contingut del qual siga d'utilitat pública, foment de la llengua i cultura valencianes, o la realització d'un bé social manífest.

Article vint-i-set

La sol·licitud de reserva d'espai publicitari es realitzarà amb una antelació mínima de 3 dies en TVV i de 2 dies en Canal Nou, abans de la data d'emissió. Sols excepcionalment, s'hi podrà emetre publicitat el mateix dia de reserva d'espai publicitari, quan el material es trobe en TVV o Canal Nou, i en siga possible l'emissió amb la qualitat i els requisits exigits per les normes presents.

Article vint-i-vuit

El material publicitari que es lliure per a la seua emissió en TVV, haurà de tenir els formats següents:

- a) Spot Film 35mm amb so òptic incorporat.
- b) Spot publicitari amb suport vídeo.
 - Cintes de vídeo 1 polzada format C.
 - Cintes de vídeo 1 polzada format B.
 - Cintes de 3/4 broadcast HB.
 - Cintes de 1/1 broadcast Betacamp SP.

El material publicitari que es lliure per a l'emissió en Canal Nou, haurà de tenir el format següent:

- Cinta oberta d'1/4 de polzada.

Article vint-i-nou

Podran establir-se tarifes de preferència per als anuncis de llibres i publicacions periòdiques.

CONSELLERIA DE ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

- 1840** *CORRECCIÓN de errores de la Resolución de 29 de mayo de 1990, de la Dirección General de Administración Local por la que se hace pública la declaración de urgente ocupación de los bienes y derechos sujetos a expediente de expropiación forzosa del Ayuntamiento de Montaverner (Valencia).* [90/3224]

Advertido error en la Resolución enunciada, publicada en el DOGV núm. 1324, de 13 de junio de 1990, procede efectuar la siguiente rectificación.

En el último párrafo donde dice: «ante el Ayuntamiento de Jacarilla»; debe decir: «ante el Ayuntamiento de Montaverner».