



ESPN INTERNATIONAL GUIDELINES – SPANISH

November 2024

El índice de contenidos

POLÍTICAS COMERCIALES, REQUISITOS E INFORMACIÓN.....2-4

**ELEMENTOS DE PATROCINIO DIRECTRICES, VALLAS PUBLICITARIAS Y
HAZAÑAS.....4-7**

NORMAS Y DIRECTRICES PUBLICITARIAS..... 8-9

Por favor, encuentre las directrices comerciales para todas las redes de ESPN International, junto con información específica de la región, entrega de medios y contactos en la página principal de ESPN International.

ESPN se esfuerza por proporcionar el más alto nivel de servicios comerciales a sus clientes. Para ayudarnos a mantener esta calidad, requerimos el cumplimiento de nuestras directrices.

POLÍTICAS COMERCIALES, REQUISITOS E INFORMACIÓN

- Cualquier contenido que no cumpla con estas especificaciones puede ser rechazado para el aire o tener los niveles alterados para cumplir con estas especificaciones a discreción de ESPN.
- ESPN se reserva el derecho de negarse a transmitir o utilizar grabaciones de televisión que, en su opinión, son técnicamente insatisfactorias. Los materiales al aire de
- Deben estar en casa (Bristol, CT) a más tardar **cinco (5) días hábiles antes de la fecha de emisión.**
- ESPN acepta contenido comercial subtulado.
- ESPN NO acepta contenido comercial con activadores incrustados o codificados.
- ESPN utilizará un spot comercial para una compra en todas las redes de definición estándar. No es necesario presentar la misma cinta comercial para cada una de estas redes.
- ESPN NO garantizará el reemplazo de un comercial si se le asigna el mismo Ad-ID que la versión original. Se deben crear códigos únicos para todo el material separado enviado para su transmisión.

APROBACIÓN DE MATERIALES COMERCIALES

- Todo el material comercial (por ejemplo, anuncios, vallas publicitarias, materiales destacados, etc.) debe ser enviado con antelación para su aprobación y está sujeto a las Normas y Directrices de Publicidad de ESPN.
- Todos los materiales para la aprobación deben enviarse con anticipación a commercialclearance@espn.com para la aprobación de la cadena.
- Se requiere un tiempo mínimo de entrega de dos semanas. Se debe presentar el guion, el guion gráfico y/o material de visualización en Beta SP o DVD para la revisión. En ocasiones, se puede requerir uno o más elementos para la aprobación (por ejemplo, el guion y una versión preliminar).
- El envío de un comercial constituirá la garantía de la agencia/cliente a ESPN de que todos los elementos han sido autorizados para su emisión (y distribución por Internet, si es a través de espn.com y/o WatchESPN, Mobile ESPN u otras propiedades de internet o banda ancha) en lo que respecta a los derechos de propiedad intelectual: esto incluye, pero no se limita a, derechos de privacidad y derechos de autor, mecánicos, de ejecución y de sincronización para la música.

INSTRUCCIONES COMERCIALES

- Las instrucciones comerciales deben enviarse simultáneamente con los materiales comerciales por separado al correo electrónico InternationalTraffic@espn.com.
- Las instrucciones deben recibirse en ESPN cinco días hábiles antes de la fecha de emisión.
- ESPN debe tener instrucciones escritas de la agencia para transmitir los comerciales.
- Las revisiones de contenido deben ser confirmadas con un correo electrónico de la persona de contacto de la agencia.
- ESPN NO garantizará el reemplazo de un comercial si se le asigna el mismo Ad-ID que a la versión original. Se deben crear códigos únicos para todo material enviado por separado para la transmisión.
- Si no se proporcionan instrucciones comerciales para unidades repetidas, se pueden aplicar las instrucciones originales de tráfico según sea necesario.
- Las instrucciones deben incluir::

- Red(es) de ESPN - Ad-ID, máximo de 18 caracteres (www.ad-id.org)

-Cliente - Duración(es)

-Producto - Rotación, porcentaje o ubicación específica

- Título - Contacto de la agencia con un número de teléfono y correo electrónico

POLÍTICA DE REVISIÓN:

- Los cambios en el contenido comercial dentro de un período de transmisión actual se acomodarán tan pronto como las operaciones lo permitan.
- ESPN no garantiza cambios dentro de las 48 horas anteriores a la fecha de emisión, pero hará todo lo posible por cumplir con la fecha solicitada.
- Se aceptarán instrucciones o cambios verbales hasta 48 horas antes de la fecha de emisión.
- Debe enviarse una confirmación por escrito de inmediato.
- Al enviar instrucciones o cambios verbales, los clientes renuncian al derecho de objetar los resultados, incluidos los errores.
- Los comerciales revisados deben recibir un nuevo Ad-ID. ESPN no garantiza el reemplazo de un comercial si se le asigna el mismo Ad-ID que a la versión original.

POLÍTICA DE DURACIÓN:

- Todas las duraciones comerciales deben ser negociadas como parte de la orden. El Departamento de Operaciones de Anuncios de ESPN TV no aceptará cambios en la duración que no hayan sido acordados cuando se confirmó la orden. Si las circunstancias requieren un cambio de duración después de la confirmación del pedido, se debe notificar a través de su Ejecutivo de Cuentas de ESPN.

POLÍTICA DE UBICACIÓN:

- ESPN se esfuerza por proporcionar a los anunciantes una rotación justa e igualitaria en las compras de la red. ESPN no garantiza solicitudes específicas de ubicación.
- ESPN posicionará al principio y al final comerciales de 15 segundos del mismo anunciante/producto si no está disponible un acompañante de 15 segundos.
- El contenido de marketing relacionado con causas y los anuncios de servicio público no están permitidos en vallas publicitarias o características especiales.
- El material enviado en nombre de instituciones sin fines de lucro o agencias gubernamentales debe contener un descargo de responsabilidad que indique "patrocinado por".
- ESPN se reserva el derecho de exigir que toda la creatividad de patrocinio cumpla con las directrices de publicidad de la NCAA.
- Todos los materiales de patrocinio deben cumplir con las regulaciones de contenido publicitario de ESPN y están sujetos al juicio editorial de ESPN en términos de compatibilidad e integración con el programa. ESPN se reserva el derecho de rechazar la transmisión de cualquier material que consideremos que compromete la apariencia general de nuestro producto al aire y/o no cumpla con nuestros estándares técnicos o juicio editorial.

POLÍTICA DE ELIMINACIÓN DE MATERIALES COMERCIALES:

- El material comercial se mantendrá durante sesenta días a partir de la última fecha de emisión, después de lo cual se eliminará del sistema. La misma política de eliminación se aplica a los materiales que no se emiten dentro de los sesenta días posteriores a su recepción.
- ESPN no puede mantener, duplicar ni devolver indefinidamente el material comercial enviado para la transmisión.
- Si el material comercial no debe emitirse después de una fecha específica, es responsabilidad de la agencia o del anunciante notificar a ESPN y solicitar que dicho material sea eliminado del sistema a partir de esa fecha.
- Si el material comercial no debe emitirse y la agencia o el anunciante no han proporcionado una notificación de eliminación a ESPN, cualquier cargo que pueda incurrir ESPN se pasará a la agencia o al anunciante.

DEFINICIÓN ESTÁNDAR:

- Solo proveedor de entrega digital de anuncios aceptado.
- ESPN utilizará una sola cinta comercial para una compra en todas las redes de Definición Estándar. No es necesario enviar la misma cinta comercial para cada una de estas redes.
- Mezcla estéreo completa en los canales de audio 1 y 2.

ALTA DEFINICIÓN:

- Solo proveedor de entrega digital de anuncios aceptado.
- Mezcla estéreo completa en los canales de audio 1 y 2. ESPN no transmite inventario comercial en sonido envolvente Dolby 5.1.
- El Ad-ID en HD debe tener una "H" al final para indicar material en HD.
- Solo se aceptará una pieza creativa (ya sea SD o HD) para transmitirse en todas las redes disponibles y se emitirá simultáneamente en los servicios HD y SD. Los comerciales que se emitan en cualquier red que sea solo SD (Classic, etc.) pueden enviar una cinta HD protegida para centro de corte o una versión en SD.
- El material en HD (es decir, en formato completo 16 x 9) se transmitirá simultáneamente en formato de caja de letras (es decir, en formato 4 x 3) en la transmisión SD.
- ESPN Classic es actualmente solo SD. El material en HD se acepta en esta red y se convertirá a SD en un centro de corte para la transmisión.
- Durante las pausas comerciales aplicables donde la línea inferior permanece estática, se realizará un movimiento de video para asegurar que todo el contenido en el área segura para títulos permanezca visible.

PROGRAMACIÓN PAGADA EN ESPN INTERNACIONAL:

- Las mismas pautas comerciales deben ser seguidas para la Programación Pagada.
- El archivo maestro debe tener un descargo de responsabilidad al inicio del spot, y la palabra "Publicidad" debe aparecer en pantalla durante todo el programa.
- Las Operaciones de Anuncios de TV y las Operaciones Técnicas tienen el derecho de rechazar la transmisión si no se cumplen estas condiciones.

PAUTAS DE ELEMENTOS DE PATROCINIO

Toda la comunicación relacionada con los elementos de patrocinio (vallas publicitarias/características/líneas inferiores/carteles electrónicos), incluidos los materiales gráficos, guiones de texto, fechas de emisión y tráfico, debe ser dirigida por correo electrónico al departamento de tráfico de patrocinio a: espnsponsorship@espn.com.

Todos los materiales y/o tráfico deben enviarse con Ad-ID y ser recibidos al menos una semana antes de la primera fecha de emisión.

AUDIO DE VALLA PUBLICITARIA

- El audio de la valla publicitaria no debe exceder los: 05 segundos de duración.
- ESPN Internacional utiliza la terminología "presentado por..." (específica de la región o red) como introducción al texto del patrocinador, por lo que el lema debe estar en concordancia con la introducción. Esta introducción no se incluye en los: 05 segundos.
- Se prefiere que el audio esté en inglés y en los idiomas apropiados para la red. El audio enviado solo en inglés no será traducido por los servicios de ESPN. Los clientes que elijan no enviar el audio en todos los idiomas recibirán únicamente la introducción genérica, como se indicó anteriormente.

- Por favor, incluya la pronunciación de los nombres de productos, nombres propios, menciones de fechas/años y puntos de precios.
- El audio de la valla publicitaria debe ser enviado con Ad-ID y recibido en ESPN al menos una semana antes de la primera fecha de emisión.

MATERIAL GRÁFICO DE VALLA PUBLICITARIA

- Las vallas publicitarias de patrocinadores no se emiten a pantalla completa.
- Todas se reducen a entre 1/8 y 2/3 del tamaño total de la pantalla (dependiendo del programa), y se superponen sobre fondos de video en vivo no estáticos.
- Las vallas publicitarias se producen de manera diferente para cada programa.
- Evite el material gráfico que incluya de manera prominente el color negro, tenga un fondo escénico, contenga líneas finas o delgadas, o sea extremadamente intrincado; el texto blanco y/o de colores claros o elementos grandes funcionan mejor y promueven la legibilidad.

PAUTAS TÉCNICAS:

- Se recomienda encarecidamente una imagen completamente "clavable" sin fondo. Si es necesario, se puede colocar un logotipo sobre el fondo para promover la legibilidad.
- El material gráfico 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 en arte vectorial Illustrator; .PSD en Photoshop; .JPG en formato JPEG (se requiere resolución de calidad para transmisión).
- Los elementos de texto dentro de los archivos de Illustrator deben ser representados como contornos completos de arte vectorial, y no como texto escrito.
- Si es necesario reducir el tamaño del archivo para el correo electrónico, el material gráfico puede enviarse usando compresión en formato PC .ZIP, o si es necesario, por FTP.
- Relación de aspecto de TV en alta definición 16:9 (1920 x 1080 píxeles) con una resolución gráfica mínima de 72 dpi.
- No podemos proporcionar maquetas para las vallas publicitarias.

PAUTAS DE CONTENIDO/EDITORIALES:

- Todo el material de patrocinio también debe cumplir con las regulaciones de contenido publicitario de ESPN y está sujeto al juicio editorial de ESPN sobre la compatibilidad e integración con el programa. ESPN se reserva el derecho de rechazar la transmisión de cualquier material que considere que compromete la apariencia general de nuestro producto al aire y/o no cumpla con nuestros estándares técnicos o juicio editorial.
- Los lemas del patrocinador, direcciones de sitios web y puntos de precio son permitidos, ya sea visual o acústicamente. No se permiten números de teléfono 800 a menos que sean parte del nombre del producto.

- Se permiten llamados a la acción para concursos u otras promociones. Sin embargo, para concursos con premios, se deben incluir los descargos legales apropiados como parte del material visual de la valla publicitaria. La inclusión física del texto en el gráfico del logotipo es responsabilidad del anunciante. No se permite ningún llamado a la acción relacionado con deportes.
- **Películas, DVD's y Videojuegos:** La clasificación debe incluirse ya sea en el logo o en el lema de audio. Si la clasificación se incluye en el logo, debe ser lo suficientemente grande como para verse en pantalla. Los juegos móviles pueden ser excluidos.
- **Bebidas alcohólicas:** Debe incluirse un mensaje de responsabilidad social ya sea en el logo o en el lema de audio. Si el mensaje se incluye en el logo, debe ser lo suficientemente grande como para verse en pantalla.
- **Bebidas de malta:** Si el producto comparte el nombre de un licor destilado, ya sea el logo o el lema debe referirse al producto como "bebida de malta". Si la referencia está incluida en el logo, debe ser lo suficientemente grande como para verse en pantalla.
- **Productos farmacéuticos:** Los anuncios de medicamentos recetados deben cumplir con las Directrices de la FDA.
- **Sitios web de apuestas:** Las apuestas pueden ser consideradas caso por caso.
- **Contenido de redes competitivas y transmisión:** El lema de audio debe mencionar primero el nombre del programa seguido de la red. No se permite promoción específica de día, fecha y hora. No se pueden usar las palabras "TV", "Televisión", "Canal" y "Red". La clasificación debe incluirse en el logo o en el lema de audio (excepto cuando el programa anunciado se emite exclusivamente en servicios de transmisión y, por lo tanto, no requiere una clasificación para distribución).
- **Anuncios de servicio público y contenido de marketing relacionado con causas** no están permitidos en vallas publicitarias o características.
- El material enviado en nombre de instituciones sin fines de lucro o agencias gubernamentales debe contener un descargo de responsabilidad que diga "patrocinado por".
- ESPN se reserva el derecho de exigir que toda la creatividad de patrocinio cumpla con las pautas de publicidad de los socios de la liga de ESPN.

CARACTERÍSTICAS:

- Las oportunidades de características, que incluyen Patrocinios Presentadores y Derechos de Nombre, son segmentos del programa que dan protagonismo a una historia, persona o evento dentro del mundo deportivo. El logotipo del cartel del anunciante (con cualquier lema o texto pequeño eliminado) se utilizará, a menos que se envíen materiales de marca separados específicamente para este tipo de ejecución. Por favor, consulte las pautas de Arte para Carteles arriba para obtener las pautas técnicas específicas.
- Cada característica es un elemento pre-producido separado, por lo que toda la información de arte y marca, incluido el manual de estilo, debe recibirse dos semanas antes de la fecha de emisión.

VALLAS PUBLICITARIAS ANIMADAS:

- Se permite que las vallas publicitarias animadas se emitan para cualquier ejecución de valla publicitaria. Las pautas de contenido/editorial siguen siendo aplicables.
- Todos los materiales deben llegar una semana antes de la fecha de emisión.
- Valla publicitaria animada de :05 segundos con matte debe ir sobre superblack y no debe incluir texto hablado. El audio de efectos de sonido debe estar en estéreo. El video y el matte deben incluir el código de tiempo (tanto LTC como VITC deben coincidir). Se requiere un código ISCI.
- El producto final debe estar dentro del área segura para títulos. La imagen debe ser completamente "clavable" y proporcionarse con un matte que pueda ser "clavado". La valla publicitaria animada debe completarse en :05 segundos y mantenerse resuelta con :05 segundos de espacio después de la finalización de la valla publicitaria.
- Métodos de entrega: Los archivos digitales pueden enviarse a través de un proveedor de anuncios digitales aprobado (ver más abajo). Los videos enviados por correo electrónico o mediante FTP deben cumplir con las siguientes especificaciones:
 - Formato: 720p
 - Codec Quicktime: Animacion
 - FPS: 59.94
 - Profundidad: Milones de Colores (+)
 - Calidad: Mejor
 - Resolucion: 1280 x 720
 - Espacio de Color: RGB
- El audio de la valla publicitaria de :05 segundos con el código ISCI debe enviarse por correo electrónico a espnsponsorship@espn.com. No se aceptará material de audio que dure más de :05 segundos.
- Los materiales recibidos en formato incorrecto y/o no de acuerdo con las especificaciones no se emitirán y la transmisión se retrasará hasta que los materiales revisados sean aprobados.
- Las vallas publicitarias animadas se mantienen en nuestra biblioteca de cintas durante 90 días.

ESTÁNDARES Y DIRECTRICES DE PUBLICIDAD

Todo el material distribuido a través de cualquiera de las redes de programación, plataformas digitales y móviles, aplicaciones de redes sociales o cualquier otro medio de ESPN será

revisado y debe cumplir con todas las leyes y regulaciones gubernamentales aplicables, así como con los estándares y políticas de ESPN y sus socios. Todo el material de clearance comercial y el material que se envíe para revisión, se evaluará en conjunto con el mercado local para gestionar de manera efectiva el soporte al cliente.

- Todo material comercial (por ejemplo, anuncios de televisión, vallas publicitarias, materiales de presentación) debe ser enviado con anticipación para su aprobación y estará sujeto a los Estándares y Pautas de Publicidad de ESPN, y puede enviarse a CommercialClearance@espn.com. Se requiere un plazo mínimo de dos semanas. Se requiere guion, storyboard y/o material de visualización para su revisión. En ocasiones, uno o más elementos pueden ser necesarios para su aprobación (por ejemplo, guion y material de visualización).
- La presentación de un comercial constituirá la garantía de la agencia/cliente a ESPN de que todos los elementos han sido autorizados para su emisión (y distribución en Internet, si es a través de propiedades digitales o de banda ancha) en lo que respecta a los derechos de propiedad intelectual: esto incluye, pero no se limita a, los derechos de privacidad y publicidad, y los derechos de masterización, mecánicos, de ejecución y de sincronización para la música. Se requiere un plazo mínimo de dos semanas.
- Todo el material enviado para su aprobación en cualquiera de las redes de programación de ESPN o en otras plataformas de medios se mantiene estrictamente confidencial dentro de la unidad de clearance comercial y/o el Departamento Legal. La información confidencial sujeta a revisión de ESPN no será divulgada a ninguna parte fuera de estas unidades.
- Los principios básicos para la aceptación de publicidad son: la publicidad debe ser honesta y de buen gusto, las afirmaciones deben estar fundamentadas y la información cualificadora sobre las características o el uso de un producto debe ser revelada siempre que sea necesario para evitar engañar a los consumidores.

ESTÁNDARES GENERALES

ESPN se reserva el derecho de:

- Aceptar o rechazar en cualquier momento la publicidad de cualquier producto o servicio enviado para su distribución a través de cualquiera de sus instalaciones de programación.
- Requerir la eliminación o revisión de cualquier material en el texto publicitario que viole los estándares, políticas o pautas de ESPN; leyes o regulaciones federales, estatales o locales; que sea contrario al interés público; o que viole los Términos y Condiciones Digitales Estándar.
- Rechazar cualquier publicidad en la que el producto, programa o servicio publicitado pueda afectar negativamente a su audiencia; y rechazar cualquier publicidad que en el juicio exclusivo de ESPN asocie indebidamente al anunciante con una propiedad patrocinada o propiedad de ESPN o anunciantes de ESPN (por ejemplo, X Games, CFP, Premios ESPY, etc.).

- Rechazar cualquier anuncio digital que ESPN considere que pueda violar las Pautas de Publicidad de Comportamiento en Línea para la Autorregulación de la DAA, o cualquier anuncio digital que ESPN crea que pueda estar recopilando Información Personalmente Identificable.
- Rechazar cualquier publicidad que contenga, o active en el dispositivo electrónico de un espectador, cualquier característica interactiva, datos o funcionalidad sin la aprobación expresa previa de ESPN.
- Bajo ninguna circunstancia se podrá incluir material publicitario que contenga el sistema de alerta de emergencia (“EAS”) o los tonos de Alerta de Emergencia Inalámbrica (“WEA”) o cualquier cosa que suene similar a los tonos de EAS o WEA, incluidos en imágenes de noticias o en cualquier otro formato.

Ningún material comercial (incluidos los Mensajes Institucionales, según se define a continuación) puede (i) contener cualquier dato incrustado en cualquier parte de la señal de audio o video o en cualquier otra transmisión de datos o (ii) contener o activar en el dispositivo electrónico de un espectador, cualquier característica interactiva, datos o funcionalidad, en cada caso, sin la aprobación previa por escrito de ESPN.

Para determinar la aceptabilidad del material publicitario, ESPN tiene el derecho de investigar al anunciante y la exactitud de todas las declaraciones y afirmaciones hechas en el texto publicitario, incluyendo el requerir que el anunciante proporcione documentación o evidencia que proporcione una base razonable para las afirmaciones, según lo determine ESPN.

ESPN se reserva el derecho de revocar en cualquier momento su aceptación de, y de requerir la eliminación o revisión de, cualquier material publicitario que no cumpla con los estándares y políticas de ESPN. ESPN también se reserva el derecho de requerir la revisión de cualquier material publicitario para cumplir con circunstancias de emergencia o situaciones de significancia inusual.

Por favor, consulte el enlace a continuación para más información sobre las Pautas Internacionales de Publicidad y sus respectivas restricciones específicas por región (si las hay):

[ESPN Enlace de Estándares y Pautas Internacionales de Publicidad](#)

[ESPN LATAM](#)

[ESPN AU/NZ](#)