

Compromisos en el tratamiento responsable de la publicidad

— **vocento** —

La publicidad y los mensajes comerciales constituyen un eslabón fundamental en la relación entre empresas y consumidores que ayuda a establecer mercados eficientes, generan valor para ambas partes y contribuyen por tanto de forma sustancial al crecimiento y desarrollo de la sociedad.

En Vocento proponemos una publicidad responsable, asumiendo nuestro compromiso con la sociedad, a la que servimos desde hace más de un siglo, y con el medioambiente, de acuerdo todo ello a nuestros valores, nuestro Código Ético y nuestras Políticas de Responsabilidad Social Corporativa y Medioambiental y de Relación con el Entorno.

Confiamos en la responsabilidad, la auto-regulación y la adaptación a las normas y códigos vigentes por parte de anunciantes, agencias y centrales de medios, con los que venimos colaborando a lo largo del tiempo y que producen los mensajes que se publican en nuestras cabeceras.

Como consecuencia de ello, creemos que la publicidad que aparece en los medios de Vocento debe ajustarse a los siguientes principios:

- **Cumplimiento**

De la legalidad vigente y en particular lo establecido en la Ley General de Publicidad 34/1988 y sus sucesivas actualizaciones. Del mismo modo, respeto, defensa y promoción de los valores, principios y derechos recogidos en nuestra Constitución.

- **Diferenciación**

El público debe ser capaz de distinguir los contenidos publicitarios de los informativos o de opinión. A lo largo del mensaje, el público debe ser capaz de identificar inequívocamente al anunciante.

- **Derechos Humanos**

Vocento no publicará mensajes que atenten contra los derechos humanos, inciten a la violencia, la ilegalidad o a la discriminación por cualquier causa.

- **Compromiso con la Sociedad**

En la medida de nuestras posibilidades, nos comprometemos a la cesión de espacios publicitarios gratuitos para Fundaciones y ONG'S y organizaciones sin ánimo de lucro.

- **Compromiso con el Medioambiente**

Estos puntos están basados en los Valores, Código Ético de Vocento, Política de Responsabilidad Social, Política Medioambiental y de Relación con el Entorno y el Código de Prácticas Publicitarias de la International Chamber Of Commerce (ICC) versión 2011.