

CÓDIGO DE ÉTICA

INTRODUCCIÓN

En cumplimiento con el marco normativo vigente, ponemos a su disposición el Código de Ética, el cual constituye un esfuerzo por parte de la Industria de Radio y Televisión para comprometerse con sus audiencias y establecer directrices que los empresarios, directores, editores y reporteros deben seguir mediante criterios éticos para el tratamiento de la información y los contenidos que se presentan.

Este documento aspira a ser una herramienta útil para las audiencias, reconociendo que la participación activa de nuestras audiencias es clave para el éxito en la práctica diaria de nuestro trabajo.

Este código se nutre de la experiencia de los distintos trabajos que, en su momento, realizaron los presidentes del Consejo de Autorregulación y del Comité de Ética de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión –CIRT–; institución a la que estamos afiliados.

Este código asegurará el cumplimiento de los derechos establecidos en los artículos 6° y 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

CAPÍTULO I. OBJETO

El Código de Ética tiene como objetivo establecer los principios, objetivos, valores, deberes y obligaciones que deben regir el actuar de los Radiodifusores con la sociedad mediante comportamientos responsables.

En el presente Código de Ética se incorporan determinados lineamientos con el fin de prevenir comportamientos de los que se pueda derivar algún tipo de daño a la sociedad o desprestigio para el ramo de la Radiodifusión.

CAPITULO II. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Para los efectos de este Código de Ética, por Radiodifusor se entenderá cualquier persona física o moral titular de una concesión para prestar el servicio de radiodifusión mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuido por el Estado precisamente a tal servicio; con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.

CAPITULO III. PRINCIPIOS GENERALES

En materia de información, esta concesionaria observará lo siguiente:

- Informará al público de una manera precisa, exhaustiva e imparcial sobre los eventos y temas de importancia.
- Presentará noticias e información sin distorsión. Las entrevistas podrán ser editadas siempre que el significado no se cambie o se distorsione.
- La sala de redacción deberá adoptar medidas para garantizar la autenticidad de todo el video y audio, incluyendo el material informativo adquirido del público, reporteros autónomos y otras fuentes, antes de difundirlo.
- Reconocerá los errores rápidamente y corregirlos.

- Tratará a las personas que son sujetos de noticias con decencia y sensibilidad especialmente cuando se trata de niños.
- Se esforzará por comportarse de una manera cortés y considerada, recopilando la información de la manera más discreta posible.
- Evitará distorsionar el carácter o la importancia de los acontecimientos.
- Distinguirá claramente las participaciones editoriales y comentarios del contexto informativo.
- Procurará que sus transmisiones se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos.
- El radio y la televisión deben ser espacios responsables de información, entretenimiento, cultura y convivencia.
- Se obligará a atender las recomendaciones del Defensor de las Audiencias que nombrará la CIRT y deberá coordinarse con el mismo para atender las quejas u observaciones de la audiencia.

CAPITULO IV. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- Los contenidos deben estar libres de cualquier prejuicio. Toda corriente de pensamiento debe ser representada debidamente. No obstante, ser imparcial no implica abstenerse de asumir de manera legítima posturas

editoriales. Los medios deberán distinguir en la medida de lo posible la información de la opinión y la publicidad o propaganda.

- Los medios de comunicación deberán informar al público de una manera clara, precisa y exhaustiva, citando la fuente y respetando en todo momento los derechos de autor.
- Los medios deberán verificar, tanto como sea posible en sus circunstancias, los hechos que reporten. Siempre que sea posible deberán recoger la información de primera mano en su defecto, deberán buscar testigos presenciales.
- Los medios deben reflejar la diversidad cultural del país y del mundo, para lo cual la programación tendrá que ser plural, presentando diversas formas de pensar y proporcionando variedad de contenidos.

4

CAPITULO V. COBERTURA INFORMATIVA DE LA VIOLENCIA

- Los medios debemos condenar y rechazar la violencia motivada por la delincuencia organizada, enfatizar en el impacto negativo que tiene en la población y fomentar la conciencia social en contra de la violencia.
- Evitar el lenguaje y la terminología empleados por los delincuentes.
- Abstenernos de usar inadecuadamente términos jurídicos que compliquen la comprensión de los procesos judiciales en contra de la delincuencia organizada.

- Al informar sobre delitos y/o hechos presuntamente ilícitos, manejar la información de forma que se procure impedir que los delincuentes o presuntos delincuentes se conviertan en víctimas o héroes públicos, pues esto les ayuda a construir una imagen favorable ante la población, a convertir en tolerables sus acciones e, incluso, a ser imitados.
- Omitir y desechar información que provenga de los grupos criminales con propósitos propagandísticos.
- No convertirse en instrumento o en parte de los conflictos entre grupos de la delincuencia.
- La información que se difunda sobre el crimen organizado debe asignar a cada quien la responsabilidad que tenga sobre los hechos de violencia.
- La información que los medios presentemos debe respetar los derechos de las víctimas y de los menores de edad involucrados en hechos de violencia. Nunca debe darse información que ponga en riesgo su identidad.

5

CAPITULO VI. PROGRAMACIÓN

- Los medios respetarán elementos como la raza, la nacionalidad, la religión, orientación sexual, estado civil o discapacidad física o mental de todas las personas y sólo harán referencia a ellos cuando sean relevantes e indispensables para la claridad de las noticias y en la medida en que generen algún valor para las audiencias. Se deberán evitar los estereotipos.
- Se vigilará que, tanto los contenidos como la publicidad, sean propicios para el público receptor de acuerdo con el horario de que se trate.

- En las transmisiones de radio y televisión se evitará el uso de lenguaje vulgar, obsceno o grosero; asimismo, se evitará el uso de expresiones que tiendan a la discriminación o que tengan la intención de ofender, y se tomará en cuenta al público al que va dirigido.
- Se respetará, en todo momento, el derecho al honor, a la intimidad o privacidad, en especial cuando se trate de niños y adolescentes. Se considerará excepción a este principio los casos en que el comportamiento de un servidor público afecte el interés general o se trate de información de interés público.
- Se observarán, al menos, los criterios y estándares que resulten de la legislación en materia de protección de la infancia.

CAPITULO VII. DE LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS CON DISCAPACIDAD

Con el objeto de que exista una igualdad real de oportunidades, las audiencias con discapacidad gozarán de los siguientes derechos:

- Contar con servicios de subtítulaje, doblaje al español y lengua de señas mexicanas para accesibilidad a personas con debilidad auditiva. Estos servicios deberán estar disponibles en, al menos, uno de los programas noticiosos de mayor audiencia a nivel nacional.
- A que se promueve el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto.
- A contar con mecanismos que les den accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los Defensores de las Audiencias,

siempre y cuando no represente una carga desproporcionada o indebida para este concesionario.

- Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o de portales de Internet del concesionario en formatos accesibles para personas con discapacidad.

CAPITULO VIII. PROTECCIÓN DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES

Esta concesionaria, en materia de protección de niñas, niños y adolescentes se obliga a:

- Procurar difundir información y materiales que sean de interés social y cultural para niñas, niños y adolescentes, de conformidad con los objetivos de educación que dispone el artículo 3° de la Constitución y la Convención sobre los Derechos del Niño.
- Evitar la emisión de información contraria a los objetivos de educación que dispone el artículo 3° de la Constitución y la Convención sobre los Derechos del Niño, y que sea perjudicial para su bienestar o contraria a los principios de paz, no discriminación y de respeto a todas las personas.
- Procurar difundir información y materiales que contribuyan a orientar a las niñas, niños y adolescentes en el ejercicio de sus derechos, les ayude a un sano desarrollo y a protegerse a sí mismos de peligros que puedan afectar a su vida o su salud.
- Garantizar el respeto a los derechos fundamentales de los menores que participen en programas de televisión.

- Evitar la incitación a los niños a la imitación de comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud.
- Evitar la utilización de los conflictos personales y familiares como espectáculo.
- Sensibilizar con los problemas de la infancia a todos los profesionales relacionados con la preparación de la programación.
- Fomentar que los presentadores o conductores de programas en vivo adviertan las situaciones que puedan afectar a la protección de niñas, niños y adolescentes de forma que se minimicen los eventuales perjuicios que puedan causarles.
- Propiciar el desarrollo armónico de la niñez.
- Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo en la infancia.
- La transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

CAPITULO IX. DE LA PUBLICIAD

La publicidad que se transmita se referirá a los bienes, productos y servicios, de tal forma que no cause confusión al público receptor, evitando aquella publicidad que haga mal uso del lenguaje mediante expresiones o imágenes vulgares u obscenas.

Al transmitirse deberá presentar las características o cualidades debidamente acreditadas de los bienes, productos y servicios a que se refiera:

- Distinguir entre noticia y publicidad y rechazar las formas híbridas que borran los límites entre las dos.
- Mantener la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios.
- Tener especial cuidado en la publicidad pautaada destinada al público infantil.

En la publicidad destinada al público infantil no se permitirá:

- Promover o mostrar conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados.
- Presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual.

9

CAPITULO X. DEL DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS

El Defensor de las Audiencias funge como mediador y vínculo entre el público televidente o radioescucha y los medios de comunicación, por lo que, para el adecuado desempeño de las funciones que, en los Estatutos se le otorgan, deberá constreñirse a los principios y directrices señaladas en este Código.