

## **CODIGO DE ÉTICA DE RADIO UNIVERSIDAD DE TLAXCALA.**

### **MARCO LEGAL**

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 05 de febrero de 1917, y sus reformas.

Ley Federal De Telecomunicaciones y Radiodifusión, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014, y sus reformas.

Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Tlaxcala el 24 de noviembre de 1976.

El Acta constitutiva del "Patronato de la Radiodifusión De Tlaxcala A.C."

Plan Institucional de Mejoramiento Acelerado (PIMA) 2022-2026 de la UATx.

### **INTRODUCCIÓN**

Radio Universidad inició transmisiones de manera formal el 7 de enero de 2002, con un horario de 7 a 22 horas, con el claro objetivo de difundir las actividades académicas, de investigación y extensión de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, sin olvidar el compromiso de llevar información, orientación, análisis y entretenimiento a la sociedad tlaxcalteca y de la región, a través del 99.5 de FM.

Gracias al impulso del entonces Rector de la UAT, Lic. Héctor Ortiz Ortiz, se hizo realidad el sueño largamente acariciado por los universitarios tlaxcaltecas, el poseer un canal de comunicación de alcance masivo que permitiera darle voz a la máxima casa de estudios de la entidad y abrirle las puertas a contenidos de corte cultural y educativo, usualmente no atendidos por la radio comercial.

A cinco meses de su nacimiento, Radio Universidad obtuvo su primer reconocimiento a nivel internacional, al lograr el tercer lugar en la categoría de radiodrama en la Cuarta Bienal Internacional de Radio México 2002, con el programa "Ven al principio de la noche".

En 2007, la programación de Radio Universidad de Tlaxcala ingresó a la era de la nueva tecnología, trascendiendo las fronteras del país, a través de la página [www.radiouniversitlax.com](http://www.radiouniversitlax.com). En 2008 se amplió el horario de transmisiones, de 6:00 a 24:00 horas y se incrementaron los espacios educativos, culturales e informativos, con el apoyo de un mayor número de colaboradores.

A la fecha, Radio Universidad cuenta con una barra programática que pretende cubrir las necesidades del auditorio y se encuentra incorporada al Sistema Nacional de Productoras y Radioemisoras de Instituciones de Educación Superior, con lo que se consolida el esfuerzo de establecer una sinergia con las radios universitarias del país.

Radio Universidad se ha constituido en una propuesta radiofónica sólida, con reconocimiento no sólo en la entidad sino en el país, por lo que podemos decir con orgullo que somos un referente de la radio en Tlaxcala, no solo ante las instituciones educativas y culturales, sino ante un creciente número de radioescuchas en la región y en puntos tan distantes como Puerto Rico, España y Sudamérica, a través de la página Web.

El funcionamiento de Radio Universidad se asienta en cinco ejes fundamentales:

- 1) **Profesionalizar** A la planta laboral.
- 2) **Programar** un perfil musical ajustado y probado ante la audiencia (sostenido en la base del pop universal de las últimas cinco décadas; jazz, bossa nova, clásicos ligeros, folklore de diversos países).
- 3) **Difundir noticias** apegadas a la objetividad y oportunidad, sosteniendo convenios con agencias y medios nacionales e internacionales, además de dar espacios a comentaristas y analistas de diversas nacionalidades.
- 4) **Extensión de la cultura.**
- 5) **Vinculación con la sociedad**, con la universidad y las comunidades que la integran.

Radio Universidad comprende que el aspecto ético moral es fundamental en el proceso de formación integral de los individuos, ya que de ello dependerá el buen desarrollo de principios y valores, considerados como la base fundamental de la superación personal y social.

La ética en las organizaciones ha sido siempre un requerimiento indispensable en la formación de un clima laboral saludable. En este entendido y sabedores de que no es suficiente con el simple hecho de cumplir con las normas, asumimos el compromiso y el trabajo como fines de la satisfacción de nuestros integrantes y nuestra audiencia.

Bajo estas consideraciones, podemos afirmar que, en todo proceso existen valores implícitos y explícitos, por lo que el respeto y la observancia de un código de ética

que oriente la conducta de los integrantes de la organización optimiza los procesos valorativos propios de la comunicación social.

## CODIGO DE ÉTICA DE RADIO UNIVERSIDAD DE TLAXCALA

### Capítulo I DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS.

**Artículo 1.** El presente Código tiene como objeto el asegurar el cumplimiento de los derechos de información, de expresión y de recepción de contenidos en términos de lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y garantizar que se cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos.

**Artículo 2.** El servicio público de radiodifusión que presta Radio Universidad de Tlaxcala, es de interés general por lo que deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el artículo 3o. de la Constitución.

Son derechos generales mínimos de las audiencias:

- I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;
- II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;
- III. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;
- IV. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;
- V. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;

- VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;
- VII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;
- VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;
- IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género
- X. Recibir contenidos libres de Discriminación.
- X. Ejercicio libre de los derechos humanos de información, libertad de expresión y recepción de contenidos;
- XI. Que la programación que se difunda, en el marco de la libertad de expresión y recepción de ideas e información, propicie:
- a. La integración de las familias;
  - b. El desarrollo armónico de la niñez;
  - c. El mejoramiento de los sistemas educativos;
  - d. La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales;
  - e. El desarrollo sustentable;
  - f. La difusión de las ideas que afirmen nuestra unidad nacional;
  - g. La Igualdad de Género entre mujeres y hombres;
  - h. La divulgación del conocimiento científico y técnico, y
  - i. El uso correcto del lenguaje.
- XII. Recibir advertencias sobre contenidos que puedan perjudicar el libre desarrollo de la personalidad de las Audiencias Infantiles para lo cual se atenderá al sistema de clasificación de contenidos establecido en los Lineamientos de clasificación de

contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos emitidos por la Secretaría de Gobernación, o a lo correspondiente en términos del ejercicio a que se refieran los Lineamientos que al efecto emita la autoridad competente;

XIII. Cumplimiento de las características de clasificación y presentación en pantalla de los títulos de los programas y su clasificación al inicio y a la mitad de éstos; para todo ello se atenderá al sistema de clasificación de contenidos establecido en los Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos emitidos por la Secretaría de Gobernación, o a lo correspondiente en términos del ejercicio a que se refieran los Lineamientos emitidos por la autoridad competente;

XIV. Recibir advertencias sobre determinados contenidos que puedan resultar impropios o inadecuados para los menores de edad, de conformidad con el sistema de clasificación de contenidos de programas que se establecen en los Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos emitidos por la Secretaría de Gobernación, y demás disposiciones reglamentarias aplicables;

XV. Recibir contenidos diarios que incluyan información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales o internacionales;

XVI. Recibir contenidos que reflejen la pluralidad ideológica, política, social y cultural y lingüística de la Nación;

XVII. Recibir información con veracidad y oportunidad;

XVIII. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;

XIX. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;

XX. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;

XXI. Equilibrio entre la Publicidad Cuantificable y el conjunto de la programación diaria;

XXII. La no transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa;

XXIII. Que la publicidad cumpla con los requisitos de clasificación, incluidas las franjas horarias, que contemplan los Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos emitidos por la Secretaría de Gobernación;

XXIV. Que la publicidad no presente conductas o situaciones en las que la falta de un producto o servicio sea motivo de Discriminación de cualquier índole;

XXV. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a los mismos y se incluyan avisos parentales;

XXVI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la Ley Reglamentaria del artículo 6o., párrafo primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia del Derecho de Réplica;

XXVII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluida la publicidad;

XXVIII. Obligación de cumplir con el presente Código de Ética; y

XXIX. Los demás que se establezcan las leyes de la materia.

**Artículo 3.** Son derechos exclusivos de las Audiencias del Servicio de Radiodifusión de radio Universidad de Tlaxcala los siguientes:

- I. Que los contenidos de audio o audiovisuales se transmitan en alguna lengua nacional;
- II. Que en los contenidos audiovisuales transmitidos en algún idioma extranjero se realice el subtítulo o traducción a alguna lengua nacional, salvo autorización expresa de la Secretaría de Gobernación;
- III. A la existencia de un Defensor que reciba, documente, procese y dé seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos en relación con derechos de las Audiencias, con base en la Ley, los Lineamientos y los Códigos de Ética correspondientes;
- IV. A la existencia de mecanismos para la presentación de observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos ante el Defensor en relación con derechos de las Audiencias;

- V. A la debida y oportuna atención por parte del Defensor a sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos en relación con derechos de las Audiencias, y
- VI. A la respuesta individualizada por parte del Defensor a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos en relación con derechos de las Audiencias.

**Artículo 4.-**Ademas de los anteriores derechos, las Audiencias Infantiles, entendidas como aquellas menores de dieciocho años, tendrán los siguientes derechos:

- I. Consideración y protección del interés superior de la niñez;
- II. Que la programación en el Servicio de Radiodifusión dirigida a las Audiencias Infantiles cumpla con lo siguiente:
  - a) Difundir información y programas que fortalezcan los valores culturales, éticos y sociales;
  - b) Evitar transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas;
  - c) Evitar contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia;
  - d) Informar y orientar sobre los derechos de la infancia;
  - e) Promover su interés por la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;
  - f) Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana;
  - g) Propiciar su interés por el conocimiento, particularmente en aspectos científicos, artísticos y sociales;
  - h) Fomentar el respeto a los derechos de las personas con Discapacidad;
  - i) Promover una cultura ambiental que fomente la conciencia, la conservación, el respeto y la preservación del medio ambiente;
  - j) Estimular una cultura de prevención y cuidado de la salud;
  - k) Proporcionar información sobre protección contra todo tipo de explotación infantil y de trata de personas;

- l) Promover la tolerancia y el respeto a la diversidad de opiniones;
- m) Promover el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia;
- n) Proteger la identidad de las víctimas de delitos sexuales, y
- o) Cumplir con la clasificación y los horarios relativos a la utilización y difusión de contenidos pornográficos.

III. Que la publicidad destinada a las Audiencias Infantiles en ningún caso:

- a) Promueva o muestre conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados;
- b) Muestre o promueva conductas o productos que atenten contra su salud física o emocional;
- c) Presente a Niñas y Niños o Adolescentes como objeto sexual;
- d) Utilice su inexperiencia o inmadurez para persuadirlos de los beneficios de un producto o servicio. No se permitirá exagerar las propiedades o cualidades de un producto o servicio ni generar falsas expectativas de los beneficios de los mismos;
- e) Incite directamente a que compren o pidan la compra o contratación de un producto o servicio;
- f) Muestre conductas que promuevan la desigualdad entre hombres y mujeres o cualquier otra forma de Discriminación;
- g) Presente, promueva o incite conductas de acoso e intimidación escolar que puedan generar abuso sexual o de cualquier tipo, lesiones, robo, entre otras, y
- h) Contenga mensajes subliminales o subrepticios.

**Artículo 5.-** Adicionalmente a los demás derechos, las Audiencias con Discapacidad del Servicio de Radiodifusión de Radio Universidad de Tlaxcala, tendrán los siguientes derechos:

- I. Contar en al menos uno de los programas noticiosos de mayor audiencia a nivel nacional con servicios de Subtitulaje Oculdo o doblaje al español y Lengua de Señas Mexicana para Accesibilidad a personas con debilidad auditiva y visual;
- II. Que en los contenidos se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto;

III. Contar con mecanismos que les den accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los defensores;

IV. Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o de portales de Internet en formatos accesibles para personas con discapacidad, y

**Artículo 6.** En la aplicación e interpretación de los derechos de las audiencias deberá buscarse su protección más amplia, los cuales deberán ajustarse y no contravenir de forma alguna los principios y derechos contenidos en la Constitución, tratados internacionales, las leyes, los Lineamientos y demás normatividad aplicable.

## Capítulo II

### **MISIÓN, VISIÓN, VALORES E IDENTIDAD**

#### **Artículo 7. MISIÓN**

Radio Universidad, como medio público de comunicación, tiene como misión, la difusión de actividades humanísticas y académicas, a través de espacios críticos, reflexivos y éticos, comprometidos con el desarrollo del estado, de la región, del país y del mundo.

#### **Artículo 8. VISIÓN**

Promover la cultura del conocimiento, mediante la difusión de la investigación científica y humanística, fortaleciendo el campo de la información y la divulgación de los valores del país; además de difundir las diversas manifestaciones musicales de carácter universal, tomando en cuenta los objetivos de informar, educar y entretener.

#### **Artículo 9. VALORES**

##### **I. VERDAD**

La verdad es un valor vinculado a la honestidad, que implica la actitud de mantener en todo momento la veracidad en las palabras y acciones.

Aquí la verdad coincide con la verificabilidad; es verdad lo que es comprobable y cuantificable.

## II. PUNTUALIDAD

La puntualidad se define como el "cuidado, diligencia y exactitud en hacer las cosas a su debido tiempo". Es una virtud que se relaciona con otras como respeto, responsabilidad, orden y laboriosidad.

## III. INDEPENDENCIA

La independencia es sinónimo de la libertad y causa de la responsabilidad. Se entiende como una cualidad aplicable sobre las personas, e instituciones. La independencia es un valor moral y ético que tiene que ver con la capacidad que el sujeto en cuestión demuestra para valerse por sí mismo y no estar sometido así a la tutela o dominio de un ente superior.

## IV. EQUIDAD

El concepto de equidad intenta promover la igualdad, más allá de las diferencias en el sexo, la cultura, los sectores económicos a los que se pertenece, etc. Es por ello que suele ser relacionado con la justicia social, ya que defiende las mismas condiciones y oportunidades para todas las personas, sin distinción, solo adaptándose en los casos particulares.

## V. RESPONSABILIDAD

La responsabilidad implica el cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridas con una persona, empresa o institución, grupo o sociedad, dando respuestas adecuadas a lo que se espera, yendo más allá de la obligación estricta y asumiendo las consecuencias de los actos, resultado de las decisiones que toma o acepta y estar dispuesto a rendir cuenta de estos.

### **Artículo 10. IDENTIDAD.**

#### NOMBRE

Radio Universidad de Tlaxcala, utiliza la designación "UNIVERSIDAD 99.5" como el nombre con el que se presenta ante las audiencias, manteniendo el nombre oficial de la emisora y sumando el canal en que se transmite en la banda de Frecuencia Modulada.

#### LOGOTIPO

El logotipo se compone de los siguientes elementos gráficos:

Sobre un rectángulo en el pantone 485 degradado horizontalmente a blanco. Se superponen dos vírgulas en el pantone 7510-c delineadas en pantone 426 orientadas

hacia la izquierda, una sobre otra, la superior en su sentido regular la inferior invertida y retrasada respecto a la primera.

Se superpone la leyenda "99.5 fm". Alineada al marco superior del rectángulo en tipografía Futura Md BT en pantone 426 delineada en blanco.

Bajo las vírgulas la palabra "RADIO" en el mismo pantone que la anterior y en tipografía Arial y en mayúsculas.

Bajo esta última la palabra "universidad" en tipografía Futura Md BT en pantone 426 delineada en blanco.

Y remata alineada con la línea de base del rectángulo la leyenda "X H U T X" en la misma tipografía que la leyenda anterior.

#### PROGRAMACIÓN.

Música pop, soft rock, balada, bolero y música instrumental, de las últimas 4 décadas, Se integran, además programas de música trova, ranchera y tropical; noticieros y programas de divulgación científica y extensión universitaria. Todo sin fines de lucro.

**Artículo 11.** En radio Universidad regirá la Cláusula de Conciencia para que todo el que ejerza la actividad periodística tenga el derecho a solicitar la resolución de su contrato o el término de su vínculo laboral, cuando hubiese sido conminado u obligado a realizar trabajos contrarios a su conciencia o al presente Código de Ética.

El plazo para acogerse a este derecho es de treinta días, contados desde el momento en que se produjo alguno de los supuestos previstos en el presente artículo.

**Artículo 12.** Radio Universidad de Tlaxcala reconoce el derecho de reserva de la fuente.

Para hacer efectivo el derecho humano a la información, este Código reconoce y garantizar el secreto de los periodistas a negarse a revelar la identidad del autor de la información, a Radio Universidd, a terceros y a las autoridades públicas o judiciales, salvo los casos que expresamente determine Ley.

#### CAPITULO III

#### **DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS.**

**Artículo 13.** Radio Universidad de Tlaxcala, contará con un defensor de las audiencias, independiente e imparcial, para garantizar su obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos de las Audiencias.

**Artículo 14.** El defensor de la audiencia será el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia

**Artículo 15.** El defensor de las audiencias deberá contar un reglamento que determine los requisitos para su designación y las obligaciones mínimas que tendrá para la adecuada protección de sus derechos.

Fijará el periodo de encargo del defensor de la audiencia, el que podrá ser prorrogable por dos ocasiones.

La actuación de los defensores de las audiencias se ajustará a los criterios de imparcialidad e independencia, cuya prioridad será la de hacer valer los derechos de las audiencias, según el presente Código de Ética

Para ser defensor de audiencia se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- I. Tener cuando menos treinta años cumplidos al día de su designación;
- II. Contar con reconocido prestigio en las materias de comunicaciones, radiodifusión y telecomunicaciones;
- III. No haber sido condenado por delito doloso que amerite pena de prisión por más de un año, y
- IV. Que no haya laborado con el o los concesionarios respectivos, según sea el caso, durante un periodo previo de dos años.

**Artículo 16.** El reglamento establecerá los mecanismos mediante los cuales el defensor de la audiencia atenderá las reclamaciones, sugerencias y quejas de las audiencias sobre contenidos y programación, implementando mecanismos para que las audiencias con discapacidad tengan accesibilidad.

Los radioescuchas deberán formular sus reclamaciones por escrito e identificarse con nombre, apellidos, domicilio, teléfono y correo electrónico, a fin de que reciban una respuesta individualizada. Asimismo, deberán presentar sus reclamaciones o sugerencias en un plazo no superior a siete días hábiles posteriores a la emisión del programa objeto de la misma. Recibidas las reclamaciones, quejas o sugerencias, el defensor las tramitará en las áreas o departamentos responsables, requiriendo las explicaciones que considere pertinentes.

El defensor responderá al radioescucha en un plazo máximo de veinte días hábiles aportando las respuestas recibidas y, en su caso, con la explicación que a su juicio merezca.

La rectificación, recomendación o propuesta de acción correctiva que en su caso corresponda, deberá ser clara y precisa. Se difundirá dentro de un plazo de veinticuatro horas, en la página electrónica que el concesionario de radiodifusión publique para dichos efectos

**Artículo 17.** A efecto de promover que la actuación de los Defensores sea imparcial e independiente, el plazo máximo por periodo de ocupación del cargo será de 3 años contados a partir del día siguiente de la recepción de su respectiva constancia de inscripción, sin perjuicio de lo dispuesto por el párrafo tercero del artículo 259 de la Ley.

Cuando un Defensor se separe de su cargo podrá volver a ocuparlo en relación con el mismo Canal de Programación cuando medie entre su separación y su nuevo nombramiento un plazo de 2 años.

#### CAPITULO IV

#### **LINEAMIENTOS GENERALES DE ACTUACIÓN.**

Artículo 18. Los miembros de la Organización “Radio Universidad de Tlaxcala” personal y colaboradores deben cumplir con los principios de responsabilidad social que implica la libre expresión de ideas y el derecho a la información desde la plataformas que el medio utilizan para sus fines y que enunciativamente son los siguientes:

##### 1. Contacto

1.1. Mantener espacios de diálogo entre Radio Universidad y sus radioescuchas.

1.1.1. Instrumentar formas diversas de comunicación con los radioescuchas.

1.1.2. Brindar respuesta pronta y veras a los mensajes de la audiencia.

1.1.3. Promover de forma permanente la retroalimentación libre, respetuosa, crítica y veraz con la audiencia

1.1.4. Garantizar, con imparcialidad, el derecho de réplica.

1.2. Procurar que los contenidos hablados o musicales sean comprensibles para la generalidad del público.

1.2.1. Presentar los contenidos radiofónicos de modo que se comprenda su importancia y se destaque su pertinencia.

- 1.2.2. Utilizar adecuadamente el lenguaje y privilegiar expresiones sencillas y directas.
- 1.2.3. Ubicar los contenidos en sus respectivos contextos.
- 1.2.4. Involucrar a las audiencias de la región abriendo los temas más allá del entorno geográfico de la ciudad de Tlaxcala.
- 1.2.5. Promover la participación activa, crítica y creativa entre los colaboradores con objetivos comunes en beneficio de la calidad de los contenidos y el diálogo con las audiencias.

### 1.3. Atender a necesidades sociales de comunicación para el desarrollo de contenidos y propuestas radiofónicas.

- 1.3.1. Reflejar la diversidad y pluralidad de la sociedad.
- 1.3.2. Mantener espacios de denuncia ciudadana.
- 1.3.3. Ofrecer de manera atractiva contenidos de interés general, como salud, medio ambiente, educación, participación ciudadana y divulgación del conocimiento.
- 1.3.4. Priorizar temas de la agenda ciudadana y de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, procurando que sean temas de interés para la ciudadanía y la comunidad universitaria, mismas que abordará con propuestas y una cobertura plural.

## 2. Independencia y Respeto

### 2.1. Mantener la obligación de respeto hacia el público radioescucha.

- 2.1.1. Proteger, en los casos que lo ameriten, la intimidad de las personas y la confidencialidad de las fuentes de información.
- 2.1.2. Utilizar el lenguaje de manera respetuosa, responsable y sensible para los radioescuchas.
- 2.1.3. Procurar que las decisiones de producción y programación se ejecuten de forma respetuosa hacia la audiencia y sean congruentes con los objetivos de Radio Universidad.
- 2.1.4. La integración de las familias;
- 2.1.5. El desarrollo armónico de la niñez; (
- 2.1.6. El mejoramiento de los sistemas educativos;
- 2.1.7. La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales;
- 2.1.8. El desarrollo sustentable;
- 2.1.9. La difusión de las-ideas que afirmen nuestra unidad nEJ8lonal;
- 2.1.10. La Igualdad de Género entre mujeres y hombres;
- 2.1.11. La divulgación del conocimiento científico y técnico, y

#### 2.1.12. El uso correcto del lenguaje

### 3. Garantizar respeto a la diversidad de ideas.

3.1.1. Evitar cualquier forma de discriminación y asegurar que los contenidos sean respetuosos de todas las condiciones, creencias, formas de vivir y de pensar que se manifiestan en la sociedad.

3.1.2. Mantener espacios abiertos para expresiones diversas y alternativas.

3.1.3. Procurar que el manejo de los temas de interés público supere la frivolidad y el trato trivial.

#### 3.2. Evitar cualquier práctica que implique un conflicto de interés.

3.2.1. No aceptar pagos, regalos o cualquier vínculo que pueda comprometer la actividad radiofónica o la independencia editorial.

3.2.2. Impedir que cualquier interés personal afecte los contenidos radiofónicos,

3.2.3. De igual forma que los mismos entorpezcan el adecuado aprovechamiento de los bienes y recursos públicos.

3.2.4. Respetar, en materia de mensajes publicitarios y actividades que deriven de los convenios de patrocinio, lo estipulado en la Ley Federal de Telecomunicaciones.

### 4. Veracidad, puntualidad y oportunidad

#### 4.1. Mantener permanentemente la búsqueda de la verdad.

4.1.1. Asegurar que la información que acompaña a la música o que forma parte de los contenidos noticiosos, institucionales y de divulgación sea veraz, razonable y suficiente.

4.1.2. Procurar que los contenidos que conforman la oferta radiofónica se acompañen de sus respectivos contextos.

4.1.3. Promover el aprovechamiento de las fuentes de información confiable con el crédito correspondiente para la realización de los contenidos radiofónicos.

#### 4.2. Esforzarse por ofrecer una información oportuna.

4.2.1. Promover la realización de campañas y programas vinculados con los hechos, personajes y temas de actualidad relevantes para la vida pública.

4.2.2. Procurar responsablemente ser un puente de comunicación inmediato, cercano, transparente y creíble.

4.2.3. Favorecer el desarrollo de contenidos útiles para la ciudadanía en relación con su problemática actual o sus necesidades de información.

- 4.2.4. Recibir contenidos diarios que incluyan información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales o internacionales.
5. Difundir los derechos de las audiencias específicas.
    - 5.1. Apegar la programación a los derechos de los menores y garantizar la defensa como audiencia.
      - 5.1.1.1. Consideración y protección del interés superior de la niñez.
      - 5.1.1.2. Promueva o muestre conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados;
      - 5.1.1.3. Muestre o promueva conductas o productos que atenten contra su salud física o emocional;
      - 5.1.1.4. Muestre o promueva conductas o productos que atenten contra su salud física o emocional;
    - 5.2. Apegar la programación a los derechos de los discapacitados y garantizar su defensa como audiencia.
    - 5.3. Recibir contenidos que reflejen la pluralidad ideológica, política, social y cultural y lingüística de la nación
  6. Confidencialidad
    - 6.1. Garantizar el derecho de confidencialidad o reserva de datos que puedan poner en riesgo la integridad de informantes y periodistas. En los casos particulares en los que al tratar temas cuya naturaleza, política, social o de seguridad, lo represente.

## CAPITULO V CAMPAÑAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.

**Artículo 19.** Radio Universidad reconoce que la educación mediática e informacional:

1. Comprende a las competencias para reconocer las necesidades de información y para localizar, evaluar, aplicar y crear información en contextos culturales y sociales.
2. Es crucial para las ventajas competitivas de los individuos, las empresas, regiones y naciones.

3. Provee la vía para un efectivo acceso, uso y creación de contenidos en apoyo al desarrollo económico, la educación, salud y otros servicios para la población y para otros aspectos de las sociedades contemporáneas y por tanto, brinda el principio vital para satisfacer las metas de la Declaración del Milenio y la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información; y
4. Va más allá de las actuales tecnologías y abarca el aprendizaje, el pensamiento crítico y las habilidades de interpretación cruzando fronteras profesionales y potenciando a individuos y comunidades.

**Artículo 20.** Radio Universidad de Tlaxcala, reconoce que en las sociedades de la información contemporáneas los ciudadanos deben tener la posibilidad de acceder, organizar, analizar, evaluar y crear imágenes de manera eficaz. También sonidos y textos que puedan llegar a todo el mundo.

Por lo que se fomentará en los ciudadanos la capacidad de interpretar y realizar juicios como consumidores de información y usuarios de medios, así como convertirse en productores de información por derecho propio.

**Artículo 21.-** Radio Universidad de Tlaxcala llevará a cabo medidas para la Alfabetización Mediática de las Audiencias, teniendo especial cuidado en que el lenguaje utilizado para dirigirse a las Audiencias Infantiles sea adecuado para la consecución del fin. De igual forma deberá tomar las medidas necesarias para que las Audiencias con Discapacidad accedan a las medidas de Alfabetización Mediática.

**Artículo 22.-** Las medidas que se implementen para lograr la Alfabetización Mediática deberán tener las siguientes finalidades:

- I. Que las Audiencias conozcan sus derechos y entiendan claramente los alcances e implicaciones de los mismos, y
- II. Que las Audiencias tengan herramientas y conocimientos suficientes para la comprensión y análisis de la información, los mensajes, contenidos y publicidad que reciben a través de los Servicios de Radiodifusión.

**Artículo 23.-** Las campañas integrales para llevar a cabo la Alfabetización Mediática de las Audiencias, deberán comprender, entre otros:

- I. *Spots* dirigidos a cada una de las audiencias durante la programación específica;
- II. Publicaciones impresas;
- III. Foros de discusión y conferencias;

**IV.** Información en sus páginas electrónicas, y

**V.** Convenios de colaboración con instituciones educativas públicas y/o privadas, así como organizaciones de la sociedad civil, con objeto de coadyuvar en la labor de Alfabetización Mediática.

**Artículo 24.-** La campaña integral de Alfabetización Mediática será permanente.

**Artículo 25.-** La Evaluación y retroalimentación de estos puntos se hará de manera cualitativa a través de:

- 1) la calificación de las plataformas nacionales e internacionales de radio.
- 2) Testimonios de los radioescuchas a través de nuestros canales de comunicación (telefonía, redes sociales, etc.)
- 3) Y, con base en los criterios establecidos en el Plan Institucional de Mejoramiento Acelerado (PIMA) 2022-2026 de la UATx. El Seguimiento y Evaluación tiene como objetivo general el instrumentar los procesos de planeación y gestión universitaria que coadyuven a la integración y consolidación de la capacidad y competitividad académicas; a la ampliación de la infraestructura física y mejoramiento de los sistemas y procedimientos de la Institución, con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos y estrategias institucionales.
  - a. Da seguimiento a la integración de la planeación y programación de los programas institucionales de las diversas áreas que integra la Universidad.
  - b. Coadyuva en el seguimiento de las metas establecidas dentro de estas planeaciones y programaciones institucionales.
  - c. Conoce y evalúa los programas específicos que se presentan ante las instancias competentes.
  - d. Cumple con las demás encomiendas que le confieran la Normativa Universitaria, el H. Consejo Universitario y el rector.

En este sentido, da seguimiento al 6º objetivo del mismo PIMA: Fomentar acceso social al conocimiento universal. En su estrategia 6.2 Posicionar a la Universidad como interlocutor destacado en el diálogo de saberes y conocimiento a partir de la extensión y difusión de los productos de la docencia e investigación universitaria.

Y el objetivo 21: Impulsar el arraigo de los universitarios con su alma mater con la finalidad de incrementar el impacto de la UATx con la sociedad tlaxcalteca.

Tales instrumentos cuentan con sus propios mecanismos de gestión y evaluación a la que nos integramos en la operación del staff de rectoría de la UATx.

### **TRANSITORIOS.**

**PRIMERO.** El presente código de ética entrara en vigor, será aplicable y exigible a partir de que surta efectos la notificación que de su inscripción haga el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

**SEGUNDO.** El presente Código de Ética se deberá difundir ampliamente y se publicará permanentemente en la página web de Radio Universidad de Tlaxcala, quedando a disposición de las audiencias para su conocimiento.

**TERCERO.** Al defensor de audiencias de Radio Universidad de Tlaxcala corresponderá difundir y vigilar la observancia de este Código de Ética. Le dará también la más amplia difusión entre trabajadores, miembros del “Patronato de la Radiodifusión de Tlaxcala”, colaboradores y audiencia para que ésta pueda exponer sus quejas o sugerencias respecto de su cumplimiento.

*El suscrito Dr. José Guadalupe García López, hago constar que el presente Código de Ética de Radio Universidad de Tlaxcala, FUE APROBADO en sesión del Patronato de la Radiodifusión de Tlaxcala A.C. de fecha cinco de octubre de dos mil diecisiete. CONSTE.*

**DR. JOSÉ GUADALUPE GARCÍA LÓPEZ**