

CÓDIGO DE ÉTICA

RADIO UNIVERSIDAD

Con la finalidad de establecer un marco de conducta profesional y con objeto de respetar y promover todos y cada uno de los derechos de la audiencia de las estaciones de radiodifusión sonora con que cuenta la Universidad Autónoma de Chihuahua, se crea el presente Código de Ética en el que se precisan los lineamientos mínimos obligatorios con los que deberán conducirse los directivos, productores, programadores, realizadores, operadores, periodistas y trabajadores en general.

Con el presente Código de Ética se propone garantizar a los radioescuchas de cada una de las emisoras de la Universidad Autónoma de Chihuahua, contenidos de calidad en los que se respete la diversidad de las ideas, la libertad de expresión de la comunidad universitaria y de la ciudadanía en general, el respeto a la vida privada y el derecho de réplica.

Para efectos de preservar la credibilidad y la confianza, las estaciones de esta Institución de Educación Superior asumen un compromiso con su público y la obligación de informar con veracidad y responsabilidad sobre los asuntos de interés general, al producir, programar y transmitir contenidos radiofónicos que estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis para consolidar una comunicación incluyente, participativa y plural.

OBJETIVOS DE LAS EMISORAS

Todas y cada una de las emisoras de la Universidad Autónoma de Chihuahua, refrendan su responsabilidad de promover los valores más elevados como son la justicia, la democracia, la honestidad, la solidaridad y el bien común, el respeto a la pluralidad de las ideas y el espíritu de servicio a la comunidad.

Aunado a esto son objetivos de dichas emisoras la contribución al desarrollo social, científico, tecnológico, económico y cultural del Estado y de la Nación, difundir la cultura, divulgar el conocimiento científico, tecnológico y humanístico, promover el desarrollo y transformación sociales, fomentar la conciencia cívica y difundir, en general, el quehacer universitario, en apego a la condición de la Universidad Autónoma de Chihuahua como agente de cambio. Así sus tareas se orientan a analizar la problemática social, política y económica, ello mediante el fomento de una visión crítica de la realidad y asumiendo una posición de apertura a todos los sectores de la sociedad, especialmente a aquellos segmentos habitualmente excluidos en otros

medios, por lo tanto, las estaciones de la Universidad se constituyen en una plataforma de la libertad de pensamiento, de la diversidad y del orden democrático, considerando como puntal básico de ello la educación y la ciencia.

Por tal motivo, las emisoras se comprometen a producir en todo momento la mejor calidad, puntualidad en los contenidos de los diferentes programas que difundan la ciencia, la cultura, el arte y la música en todas sus expresiones, sin dejar de lado los deportes, las noticias del diario acontecer, reportajes de investigación y análisis. Ello se efectuará buscando en todo momento equidad en temas y propuestas o alternativas frente a las diversas problemáticas de tipo social, económico y político.

DISPOSICIONES GENERALES PARA SUS CONTENIDOS

1. En los contenidos se procurará, de acuerdo con el perfil de cada programa, abordar propuestas y estimular la reflexión; asimismo, se procurará la identificación con los intereses del público al que se dirigen los programas, utilizar un lenguaje en el que se muestre su riqueza y novedad, procurando ser accesibles y comprensibles para el auditorio. Los programas tendrán el objetivo de informar, formar y entretener a la sociedad todo desde una óptica de responsabilidad.
2. En apego a la legislación vigente, no se podrá transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. Se entenderá que se transmite publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa, cuando las emisoras de la Universidad insertan dentro de su programación informativa un análisis o comentario editorial cuyo tiempo de transmisión ha sido contratado por un anunciante, sin que tal circunstancia se haga del conocimiento de la audiencia. La información que se difunda en relación con los contenidos que promuevan y difundan las culturas y las artes, se harán sin fines comerciales.
3. Los conductores, locutores, periodistas, productores y trabajadores en general de cualquiera de las emisoras de la Universidad, evitarán aceptar pagos, comidas, regalos, compensaciones o cualquier tipo de dádiva por parte de instituciones públicas o privadas o partidos políticos, pues ello puede comprometer su labor a intereses ajenos a su ejercicio profesional y de las emisoras.
4. En relación con lo anterior, tratándose de asuntos que podrían configurar un conflicto de intereses en el contenido de los programas,

los trabajadores y colaboradores de las emisoras, se abstendrán de ocuparse de ellos, a fin de resguardar su comportamiento ético y priorizar el interés público por encima del interés personal.

5. Los trabajadores en general, promoverán de forma permanente la retroalimentación libre, respetuosa, crítica y veraz con la audiencia.
6. Las estaciones asumen su compromiso con el derecho de réplica de la audiencia, mismo que se garantizará en todo momento. Cuando alguna persona considere que una información transmitida en los diversos espacios de alguna de las emisoras de la Universidad, carece de objetividad y veracidad, y ello le causa una afectación, tendrá oportunidad de replicar o aclarar en la emisora de que se trate, para ello se abrirá un espacio con este fin. Si es necesaria la contraréplica, ésta se hará en términos respetuosos.
7. La producción cultural reflejará la compleja y contradictoria diversidad de las manifestaciones culturales del Estado de Chihuahua, del país y del mundo. El contenido musical será incluyente, considerando la amplia gama de creatividad humana.
8. La producción temática considerará rubros de interés general, como salud, medio ambiente, educación, participación ciudadana y divulgación del conocimiento.
9. La producción informativa y de análisis incluye espacios noticiosos que contengan todos los géneros periodísticos, además de documentales especiales, cápsulas informativas y revistas radiofónicas.
10. En todos ellos se deberán priorizar temas de la agenda local ciudadana y de la propia casa de estudios procurando que sean temas de interés para la ciudadanía y la comunidad universitaria, misma que abordará con propuestas y una cobertura plural.
11. Los conductores de los espacios noticiosos evitarán editorializar el material informativo con expresiones subjetivas que califiquen o descalifiquen, priorizando la aportación de datos que precisen, contextualicen y pongan en perspectiva la información.
12. Los contenidos noticiosos, de análisis y denuncias ciudadanas, se elaborarán atendiendo uno de los principales lineamientos del periodismo, la objetividad, desprovistos de prejuicios y sustentados en documentación, expedientes y testimonios de los afectados,

recuperando la posición de las partes implicadas, con el objeto de preservar el equilibrio informativo.

13. En caso de que alguna de las partes implicadas se abstenga de emitir su opinión respecto al tema de que se trate, se hará del conocimiento público. Asimismo, se presentará la información contextualizada y en perspectiva de conjunto. Se impulsarán los contenidos de periodismo de investigación y se fomentará la participación informada de los ciudadanos en los asuntos públicos.
14. Para el caso excepcional de algún tema delicado, dada su naturaleza política, social o de seguridad para los propios reporteros o entrevistados, se protegerá el derecho de confidencialidad o reserva de datos que puedan poner en riesgo la integridad de informantes y periodistas, en términos de la legislación aplicable a la materia de protección de datos personales.

DE LOS DERECHOS DE AUDIENCIA Y LA DEFENSORÍA DE AUDIENCIA

Las emisoras de la Universidad deberán respetar los derechos de la audiencia previstos en los Lineamientos que Regulan los Derechos de la Audiencia de Radio Universidad de la Universidad Autónoma de Chihuahua.

En dichos Lineamientos queda previsto también todo lo relativo a la defensoría de audiencia y su procedimiento.

DE SU VIGENCIA Y OBSERVANCIA

El presente Código de Ética, entrará en vigor al momento de su aprobación por parte del Consejo Universitario y se publicará en la Gaceta Universitaria, en la página web oficial de Radio Universidad y en la página web de transparencia de esta casa de estudios, destinando un espacio para que la audiencia exponga su opinión respecto a su contenido.

Le corresponderá al Director de Radio Universidad, difundir y vigilar la observancia del presente Código de Ética, y le dará la más amplia difusión entre trabajadores, colaboradores y audiencia para que ésta pueda exponer sus quejas o sugerencias respecto a su cumplimiento.

En los casos de conflicto en su cumplimiento, todo lo conducente deberá ser resuelto por el Defensor de la Audiencia en términos de lo dispuesto por los Lineamientos que Regulan los Derechos de la Audiencia de Radio Universidad de la Universidad Autónoma de Chihuahua.

**APROBADO EN SESIÓN DEL H. CONSEJO UNIVERSITARIO DE FECHA 27 DE FEBRERO DE
2018, SEGÚN OBRA EN EL ACTA No. 566**