

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES



EL PRESENTE DOCUMENTO HACE CONSTAR LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

- ACTO JURÍDICO Y/O DOCUMENTACIÓN QUE SE INSCRIBE EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES
- CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES*

UNIDAD DE CONCESIONES Y SERVICIOS

DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA DEL
REGISTRO PÚBLICO DE TELECOMUNICACIONES

*La constancia de inscripción se localiza al final del presente documento firmada electrónicamente.

CÓDIGO DE ÉTICA Epsilon Media Group

INTRODUCCIÓN

En cumplimiento con la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, las concesionarias NOTIGRAMEX, S.A. de C.V., GRUPO RADIO ALEGRIA, S.A. de C.V. y Grupo ESHERSA, S.A. de C.V.; han redactado el presente Código de Ética, que establece las bases bajo las cuales se compromete a garantizar y promover los derechos de las audiencias; así como establecer los mecanismos para recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos; con el objetivo de garantizar que, el servicio público de radiodifusión que prestan a través de sus estaciones radiodifusoras, se brinde en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en los artículos 1º, 3º y 6º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

I.- OBJETO

Este Código de Ética tiene como objeto, reconocer y promover los derechos de las audiencias, acorde a los ordenado en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; así como a establecer los mecanismos para recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos a través de la figura del Defensor de las Audiencias.

En este sentido, el presente código establece las bases a que se sujetará la actuación del Defensor de las audiencias y, los mecanismos bajo los cuales rendirá cuentas a las audiencias y a las instancias previstas en el presente Código de Ética.

II.- ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código de Ética es de observancia obligatoria para las concesionarias NOTIGRAMEX, S.A. de C.V., GRUPO RADIO ALEGRIA, S.A. de C.V. y Grupo ESHERSA, S.A. de C.V., a quien el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) otorgó en virtud de diversas concesiones, el derecho al derecho de usar, aprovechar y explotar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para la prestación del servicio público de radiodifusión sonora con fines comerciales.

III.- PRINCIPIOS GENERALES

El presente código hace patente lo establecido en el último párrafo del artículo 1º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece que: “Queda 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.”

Consecuentemente, en la prestación de los servicios de radiodifusión que se prestan a través de las estaciones de radio con que cuenta las concesionarias, 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.

En ese sentido, a fin de garantizar los principios sobre no discriminación, perspectiva de género e interés superior de la niñez, se atenderá a lo establecido para tal efecto en las leyes correspondientes.

IV.- DE LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

El presente código adopta y reconoce como derechos mínimos de las audiencias, acorde a lo establecido en los artículos 256 y 258 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, los siguientes:

- i. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;
- ii. Recibir programación oportuna 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 respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;
- iv. 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;
- v. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;

- vi. Que las concesionarias se abstengan de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa.
- vii. Contar con servicios de subtítulaje, doblaje al español y lengua de señas mexicana para accesibilidad a personas con debilidad auditiva;
- viii. A que se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto;
- ix. Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o de portales de Internet de las concesionarias en formatos accesibles para personas con discapacidad;
- x. A contar con mecanismos para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas al Defensor de las audiencias, siempre y cuando no represente una carga desproporcionada o indebida para las concesionarias que se rigen bajo el presente;
- xi. Tener de fácil consulta y acceso el presente código de ética;
- xii. A conocer el nombre del Defensor de la Audiencias nombrado por las concesionarias, así como la duración de su encargo y los mecanismos para la difusión de su actuación, como son número telefónico y portal de internet de las concesionarias;
- xiii. A que sus reclamaciones, sugerencias y quejas sobre los contenidos y la programación, sean atendidas de manera oportuna e individualizada a través de los mecanismos establecidos en el presente;
- xiv. Los demás que se establezcan en el presente código, en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y demás ordenamientos legales aplicables.

V.- DE LAS OBLIGACIONES EN MATERIA DE DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

En materia de derechos de las audiencias las concesionarias se obligan a:

- i. Garantizar que, el servicio público de radiodifusión que prestan a través de sus estaciones radiodifusoras se brinde en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional;
- ii. Garantizar y promover los derechos de las audiencias establecidos en el presente código de ética con relación a lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión;
- iii. Contar con un Defensor de las audiencias, que será nombrado por las concesionarias; el cual deberá cumplir con todos los requisitos establecidos en el artículo 260 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

- iv. Establecer y poner a disposición de las audiencias los mecanismos para recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos respecto de los contenidos y la programación que se transmitan a través de sus canales de programación.
- v. Abstenerse de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; así como garantizar que se mantenga un equilibrio ente la publicidad y el conjunto de programación transmitida por día en cada uno de sus canales de programación siguiendo las reglas establecidas en el artículo 237 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión;
- vi. Garantizar que, se respeten las reglas en materia de contenidos y los criterios de clasificación, de conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y 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.
- vii. Garantizar el ejercicio del 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;
- viii. Garantizar para las audiencias de las comunidades indígenas del país, la promoción de la igualdad de oportunidades y la eliminación de cualquier práctica discriminatoria, el respeto a sus uso y costumbres y la promoción de sus derechos;
- ix. Garantizar y promover en la prestación del servicio público de radiodifusión los derechos de las audiencias con discapacidad, por lo que, contarán en la medida que no les resulte una carga desproporcionada con servicios de subtítulo, doblaje al español y lengua de señas mexicana para accesibilidad a personas con debilidad auditiva;
- x. Garantizar 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;
- xi. Distinguir claramente las participaciones editoriales y comentarios del contexto informativo;
- xii. Procurar 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;

- xiii. Los demás que se establezcan en el presente código, en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y demás ordenamientos legales aplicables.

VI.- 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. Por tanto, en sus contenidos deberán distinguir, en la medida de lo posible, la información de la opinión y la publicidad o propaganda.

Se entenderá que se transmite publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa, cuando se inserta dentro de la 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.

Consecuentemente, cuando se inserte dentro de la programación transmitida a través de las emisoras de las concesionarias un análisis o comentario editorial cuyo tiempo de transmisión haya sido contratado por un anunciante, tal circunstancia se hará del conocimiento de las audiencias.

En cuanto al tratamiento de la información, se deberá informar al público de una manera clara, precisa y exhaustiva, citando la fuente y respetando en todo momento los derechos de autor.

En el tratamiento de la información, se deberá verificar, tanto como sea posible en sus circunstancias, los hechos que reporten. Siempre que sea posible deberá recoger la información de primera mano en su defecto, deberá buscar testigos de los acontecimientos.

En el manejo de la información se debe condenar y rechazar la violencia motivada por la delincuencia organizada, enfatizando en su impacto negativo y fomentar la conciencia social en contra de la violencia; evitando el lenguaje y la terminología empleados por los delincuentes.

Al informar sobre delitos 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.

La información que se difunda sobre el crimen organizado debe asignar a cada persona o grupo de personas la responsabilidad que tengan sobre los hechos de violencia.

La información que se presente 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.

En las transmisiones se evitará el uso del lenguaje vulgar, obsceno o grosero, asimismo se evitará el uso de expresiones que tiendan a la discriminación o que tengan la intención de ofender, de igual modo 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.

En la programación destinada al público infantil, se tendrá especial cuidado en no promover o mostrar conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados. Evitando en todo momento presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual.

VII.- DE LA PUBLICIDAD

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 destinada al público infantil; así como, en caso de que pretenda publicitar un producto o servicio sujeto a control sanitario por parte de la Secretaría de Salud (COFEPRIS), conforme a lo establecido en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

VIII.- PROTECCIÓN DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES

En materia de protección de niñas, niños y adolescentes las concesionarias se obligan a:

- i. 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 3º de la Constitución y la Convención sobre los Derechos del Niño.
- ii. Evitar la emisión de información contraria a los objetivos de educación que dispone el artículo 3º de la Constitución y la Convención sobre los Derechos del Niño, y que sea perjudicial para su bienestar o contraria con los principios de paz, no discriminación y de respeto a todas las personas.
- iii. Procurar difundir información y materiales que, contribuyan a orientar a las niñas, niños y adolescentes en el ejercicio de sus derechos, que abone a un sano desarrollo y a protegerse a sí mismos de peligros que puedan afectar a su vida o su salud.
- iv. Garantizar el respeto a los derechos fundamentales de los menores que participen en programas de radio.
- v. Evitar la incitación a los niños a la imitación de comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud.
- vi. Evitar la utilización de los conflictos personales y familiares como espectáculo.
- vii. Sensibilizar con los problemas de la infancia a todos los profesionales relacionados con la preparación de la programación.
- viii. 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.
- ix. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez.
- x. Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo en la infancia.
- xi. 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.

- xii. 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; así como presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual.

IX.- DEL DEFENSOR DE LAS AUDIENCIA

El Defensor de las audiencias funge como mediador y vínculo entre las audiencias y las concesionarias, por lo que, atenderá sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos sobre los contenidos y programación que se transmitan a través de los canales de programación de las concesionarias; acorde a los siguientes mecanismos:

- i. Las audiencias podrán formular sus reclamaciones por escrito dirigido al Defensor de las audiencias, señalando su nombre, apellidos, domicilio, teléfono, o a través del portal de internet designado por las concesionarias, a fin de que reciban una respuesta individualizada.
- ii. Las reclamaciones o sugerencias deberán realizarse en un plazo máximo de 7 días hábiles, posteriores a la emisión del programa objeto de la reclamación o sugerencia.
- iii. Recibidas las reclamaciones o sugerencias, el Defensor las tramitará en el área su cargo; requiriendo al área de producción, publicidad o a la que corresponda debido a los contenidos objeto de la queja o sugerencia, para que, mediante escrito expongan las explicaciones o consideraciones pertinentes, dentro de un plazo máximo de 15 días hábiles.
- iv. Con la explicación o consideración expuesta por el área responsable y la rectificación, recomendación o propuesta de acción correctiva del Defensor de las audiencias, se dará puntual respuesta al autor de la queja o sugerencia en un plazo máximo de 20 días hábiles. Haciéndola también del conocimiento del área responsable para su atención y puesta en acción.
- v. La rectificación, recomendación o propuesta de acción correctiva del Defensor de la audiencia, deberá ser clara y precisa; debiéndose difundirla dentro de un plazo de 24 horas, en la página de internet antes mencionado, sin perjuicio de que también pueda difundirse por cualquier otro medio de comunicación, incluyendo el de las propias concesionarias.

X.- INTERPRETACIÓN Y PUBLICACIÓN

En la aplicación de lo dispuesto en el presente Código, se deberá garantizar que, para la difusión de sus contenidos, las concesionarias cuentan con plena libertad de

expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre tales contenidos y proveerá para que se adopten medidas que no regulen de manera diferenciada en perjuicio de los contenidos generados en México respecto de los generados en el extranjero.

Este Código de Ética se difundirá en el portal de internet de las concesionarias y será presentado al Instituto Federal de Telecomunicaciones para su inscripción en el Registro Público de Concesiones.

Datos de contacto del Defensor de las Audiencias y Responsable de atender las solicitudes de Derecho de Réplica.

Nombre: Jorge Ernesto Pirsch Mier y Concha

Domicilio de atención a las audiencias: Francisco I Madero Oriente, Número 1110, Centro, Monterrey, Nuevo León, código postal 64000

Teléfono: 81 8125 3500, extensión 1148

Correo electrónico: defensor@epsilonmedia.mx