

# **RADIO CARNAVAL 96.9 FM**

## **CÓDIGO DE ÉTICA / DEONTOLÓGICO**

1.1. El presente código define los valores y los principios que perfilan el quehacer periodístico de todos los miembros del medio informativo y pretende hacer públicos sus compromisos profesionales ante la ciudadanía, los poderes y el gremio periodístico.

1.2. El objetivo medular de Radio Carnaval 96.9 FM se resume en las siguientes tareas específicas:

1.2.1. Ofrecer un recuento veraz de los hechos de interés público.

1.2.2. Escrutar el ejercicio de los poderes públicos y privados.

1.2.3. Proveer un foro libre y plural para el intercambio de opiniones, críticas y comentarios.

1.2.4. Estimular el debate público para contribuir a la toma de decisiones informadas.

1.2.5. Brindar espacios de expresión a los sectores diversos de la sociedad.

1.2.6. Hacer comprensible la realidad en torno a los hechos de trascendencia política, social y cultural.

1.3. Radio Carnaval 96.9FM fincará su quehacer en el llamado Periodismo de Investigación (PI) habida cuenta que constituye una de las principales

herramientas para el perfeccionamiento de la democracia. El PI significa el reportaje desarrollado por iniciativa de la mesa de redacción o de los reporteros sobre asuntos de interés público que algunos personajes u organismos del poder desean mantener en secreto y que afectan el proceso de reforma democrática que vive el país.

1.4. Radio Carnaval 96.9FM hace suyo los mayores estándares de la excelencia, la honradez, la veracidad y la independencia, virtudes que construyen un vehículo de comunicación y fomentan una sociedad libre y plural.

## **2. Valores:**

Cuatro valores son los motores éticos y morales que orientan a Radio Carnaval 96.9FM:

**2.1. Apego a la veracidad:** Nuestros reporteros deberán ajustarse profesionalmente y en todo momento a la fidelidad de los hechos, con exactitud, equilibrio e imparcialidad en la presentación.

**2.2. Responsabilidad:** Los informadores han de tener plena conciencia de sus actos y sus consecuencias y, por ende, asumen una postura sensata y reflexiva ante las implicaciones de sus tareas periodísticas, anteponiendo siempre el beneficio social y la defensa y promoción de la democracia.

**2.3. Compromiso con la independencia:** Para describir los sucesos con veracidad y responsabilidad, el medio rechaza la intervención de actores políticos o económicos en el proceso informativo.

**2.4. Servicio a la sociedad:** Ofrecerle a la comunidad informaciones y comentarios para entender su mundo y su país, constituye el motor primigenio del medio de comunicación respaldándose en los tres primeros.

### **3. Principios editoriales del Código de Ética.**

Los periodistas realizan su quehacer profesional considerando los siguientes principios editoriales:

#### **3.1. Veracidad y equilibrio informativo:**

3.1.1. Deben desarrollar su tarea con rigor profesional, apegándose a los criterios de veracidad, equilibrio, precisión e imparcialidad, sin omitir ni distorsionar información.

3.1.2. El equilibrio y la imparcialidad suponen la búsqueda, obtención y difusión de versiones o puntos de vista contrapuestos en torno a un mismo hecho o conflicto, expuestos bajo un amplio criterio y sin prejuicios.

3.1.3. La publicación de declaraciones ha de coincidir fielmente a lo expresado por los informantes y referir el contexto en que fueron vertidas.

3.1.4. El medio rechaza rumores, especulaciones o versiones interesadas.

3.1.5. En la cobertura periodística se evitará tomar partido a favor de alguna bandera política.

3.1.6. Los reporteros han de priorizar los hechos por sobre los dichos y, en ese contexto, tienen estrictamente prohibido comentar las noticias mediante adjetivos o interpretaciones.

3.1.7. La información que emite la radio se basa en fuentes precisas confiables y hechos corroborados.

3.1.8. Es menester ser cuidadosos en la selección de las fuentes informativas a fin de que éstas tengan representatividad, conocimiento del tema o autoridad moral.

3.1.9. Toda información delicada tendrá, además de la fuente original de la nota, otra fuente que la corrobore. Si esto no es posible, deberá consultarse con el jefe inmediato.

### **3.2. Distinguir entre información y opinión:**

3.2.1. Se diferenciará en espacios distintivos lo que es material informativo de lo que son artículos de opinión o segmentos editoriales, con la aclaración tanto al inicio como al final de la intervención.

3.2.2. Los reporteros se abstendrán terminantemente de exponer opiniones propias en textos informativos, cuando realicen grabación de entrevistas deberán informar al entrevistado que se le está grabando.

### **3.3. Respeto a la vida privada:**

3.3.1. Los periodistas están obligados a respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas.

3.3.2. No obstante, cualquier acto de carácter privado de una persona, que sea de interés público y por ello impacte en la vida social, significará materia de cobertura periodística.

3.3.3. El interés público significa todo hecho que permita ejercer de mejor manera los derechos ciudadanos, cumplir con las obligaciones legales y promover el derecho del público a la información.

### **3.4. Secreto profesional:**

3.4.1. El secreto profesional es un derecho y un deber de los informadores en el afán del derecho a la información del público, y por ello se compromete guardar la identidad de algún informante cuando éste haya ofrecido información sustancial y haya solicitado confidencialidad ante el riesgo de ver afectada su integridad física, profesional o de cualquier otra índole.

3.4.2. El ejercicio del secreto profesional debe considerarse una práctica excepcional que preferentemente ha de verse contrastada en otros frentes antes de divulgarse la información.

### **3.5. Derecho de réplica:**

3.5.1. Los individuos y las instituciones referidos en el espacio informativo de la radio podrán ejercer el derecho de réplica si consideran que alguna entrevista o noticia publicada es inexacta o les resulta agravante.

3.5.2. El Director de noticias cuidará que la publicación de la réplica se difunda en el mismo espacio donde fue emitida la entrevista o la noticia objeto de la réplica.

3.5.3. Los oyentes tienen el derecho a conocer la verdad de los hechos y si existe algún error u omisión involuntaria, el medio informativo asume el compromiso de corregir de manera inmediata y satisfactoria para el afectado aun si no hay petición de parte agraviada.

### **3.6. Integridad periodística:**

3.6.1. Los reporteros no pueden aceptar prebendas, regalos, favores ni privilegios que puedan influir la cobertura informativa.

3.6.2. Es preciso respetar los acuerdos con las fuentes de información en términos de anonimato o en la manera de identificarla.

3.6.3. Los integrantes de Radio Carnaval 96.9FM no deberán realizar actividades políticas o labores con entidades externas que interfieran o sean incompatibles con el quehacer informativo. Cualquier trabajo adicional que comprometa las tareas periodísticas queda estrictamente prohibido.

3.6.4. Resulta inaceptable que los reporteros incurran en prácticas de engaño para allegarse información para difundirse, pues ello mina seriamente la credibilidad y seriedad de Radio Carnaval 96.9FM. Sólo podrán obtener información mediante métodos que no violen el marco legal.

3.6.5. Los reporteros no deberán aprovechar para su beneficio personal, informaciones que obtengan antes de ofrecerla al público, o hablar en contra o a favor de ciertas instituciones para beneficiar su interés financiero o de cualquier otra índole.

3.6.6. Es inadmisibles el plagio, entendido como el robo o la usurpación del crédito de autor a una persona o entidad por un material periodístico divulgado. El medio de comunicación se compromete a atribuir el crédito a quien realmente lo merece y, si es preciso, a corregir cuando la circunstancia lo amerite.

3.6.7. Como una forma de consolidar la continua profesionalización periodística que reditúa en beneficio de los oyentes, Radio Carnaval 96.9FM asume el compromiso de fomentar cursos, seminarios y talleres de discusión y capacitación para todos sus integrantes.

### **3.7. Distinguir entre publicidad e información:**

3.7.1. Radio Carnaval 96.9FM tiene como norma rectora la clara separación de materiales informativos y anuncios publicitarios, con identificación del espacio tanto al inicio como al final.

3.7.2. Los reporteros tienen estrictamente prohibido desarrollar tareas publicitarias o de relaciones públicas en entidades públicas o privadas.

3.7.3. Las coberturas informativas y la decisión editorial no habrá de sujetarse a criterios de publicidad.

3.7.4. La información contratada, tendrá que ser claramente diferenciada al ser difundida, con el anuncio de “espacio contratado”.

3.7.5. El medio de difusión sólo admitirá publicidad que no agravie la dignidad personal de las personas.

### **3.8. Presunción de inocencia y debido proceso:**

3.8.1. Deberá evitarse la noticia sobre detenciones policíacas o hechos delictivos en los cuales no haya sido judicialmente comprobada la responsabilidad de los involucrados. Por tanto de igual forma se evitará la divulgación de nombres de víctimas menores de edad y de presuntos responsables, salvo que exista una orden judicial y sea de claro interés público.

3.8.2. No podrán difundirse informaciones orientadas a mostrar la posible comisión de un delito por una o más personas, aunque estén bajo proceso, pues la verdad legal sólo ha de dictarla el juez.

3.8.3. La información sobre hechos delictivos de ninguna manera incluirá domicilios o detalles para la localización donde viven los involucrados, sean testigos, víctimas o presuntos responsables.

3.8.4. Las informaciones deberán clarificar la situación jurídica de todos los involucrados referidos sin exaltar el morbo.

### **3.9. Derecho al honor:**

3.9.1. Sólo habrán de publicarse en la página web y redes sociales las imágenes de heridos o muertos que tengan valor periodístico excepcional y que no enfatizen desmesuradamente el morbo o exalten las pasiones.

3.9.2. Radio Carnaval 96.9FM debe respetar el derecho al honor y a la propia imagen.

3.9.3. Se evitará difundir imágenes que afecten la integridad de las personas.

### **3.10. Cláusula de conciencia:**

3.10.1. Se podrá alegar cláusula de conciencia en los siguientes supuestos:

a) Si al informador se le impone la realización de alguna tarea que sea contraria a los principios éticos plasmados en este Código de Ética.

b) Si al reportero le es mutilado o modificado sustancialmente su texto periodístico, podrá solicitar excluir su crédito de autor.

### **3.11. No discriminación:**

3.11.1. El medio de difusión ejerce las libertades informativas sin hacer distinción alguna de edad, sexo, raza, religión, capacidad económica o cualquier otra consideración que implique una visión parcial o la defensa de intereses particulares.

### **3.12. Presentación de encuestas:**

3.12.1. Las encuestas publicadas serán elaboradas profesionalmente por un equipo de trabajo adscrito al propio medio o por empresas de prestigio a petición expresa.

3.12.2. Será preciso detallar la metodología desarrollada para el logro de los resultados ofrecidos.

3.12.3. Deberá tenerse cuidado especial con los títulos y gráficas de los datos obtenidos mediante la encuesta a fin de evitar confusiones o equívocas interpretaciones.

### **3.13. Distinguir entre información y rumor:**

3.13.1. Los llamados rumores no son noticias sino pistas que habrá que investigar para posteriormente ser difundidas.

3.13.2. El medio será sumamente cauto ante la especulación informativa y las conjeturas políticas. Su único aval significará la información contrastada y respaldada en fuentes identificables, no en productos que sean o se puedan percibir como de dudoso valor periodístico.

### **3.14. Cartas del público:**

3.14.1. Las cartas del público tiene como propósito ofrecer un espacio de expresión a quienes regularmente no lo encuentran en los medios de comunicación.

3.14.2. Las cartas se difundirán cuando sean escritas sin utilizar expresiones injuriosas por sí mismas o actualicen algunos de los supuestos que la ley establezca como delito y versen sobre temas de interés público.

3.14.3. Se presumirá, salvo indicación en contrario del remitente, que las cartas enviadas al medio tienen como propósito su difusión.

3.14.4. Las cartas se publicarán con el nombre del autor y se verificará la autenticidad de las mismas.

3.14.5. Es una falta ética publicar cartas de falsos receptores.

3.14.6. La edición de las cartas del público por falta de espacio sólo será aceptable cuando no se altere el sentido y contenido de las mismas.

## **NORMAS DE APLICACIÓN**

### **Art. 1. Referidos a la dignidad humana:**

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

### **Art. 2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:**

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;

- b. Abstenerse de usar y difundir menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

### **Art. 3. Clasificación de audiencias y franjas horarias:**

Para diseñar los programas a difundirse, el tipo de anuncios publicitarios, programas pagados y su contenido se tomará en cuenta las franjas horarias:

**1. Familiar:** Incluye a todos los miembros de la familia. Desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público;

**2. Responsabilidad compartida:** Dirigida a de entre 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

**3. Adultos:** Dirigida a personas mayores de edad (18 años). Desde las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

Los parámetros que fije el ente de control serán asumidos por el medio.

#### **Art. 4. Concernientes al ejercicio profesional:**

a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;

b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;

c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;

d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;

e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;

- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

**Art. 5. Relacionados con las prácticas del medio de comunicación social:**

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;

- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan;  
y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

**Art. 6. Principio de participación:**

Se facilitará la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

**Art. 7. Principio de interculturalidad y plurinacionalidad:**

En materia de derechos a la comunicación se promoverá y garantizará la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura,

tradiciones, conocimientos y saberes procurando se lo haga en su propia lengua.

**Art. 8. Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes:**

Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

**Art. 9. Principio de transparencia:**

El medio difundirá sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

## **PRINCIPIOS EDITORIALES**

**Art. 10.** Basados en el compromiso con el Estado social y democrático de Derecho y las normas legales que de él emanan. Se motivará que a través de los hechos y opiniones reflejados en el quehacer periodístico se evidencie imparcialidad respeto a la dignidad humana, a las opiniones políticas, ideológicas y religiosas. Constituir espacios para el libre debate de las ideas y para ofrecer a la comunidad información de calidad para la toma colectiva y cotidiana de decisiones.

**Art. 11.** Radio Carnaval 96.9FM considera que el acceso a la información pública con transparencia son herramientas significativas para hacer un mejor periodismo. Que las normas relacionadas con el secreto profesional del periodista y las

libertades informativas son prerrogativas constitucionales que no se explican si no satisfacen el derecho superior a estar informado.

**Art. 12.** Radio Carnaval 96.9FM aspira a tener como rasgo distintivo el ejercicio libre y responsable del periodismo de investigación. El periodismo de investigación debe ser la piedra angular de la libertad de información. Este énfasis periodístico contribuye al derecho del público a la información, a eliminar el periodismo anclado en la improvisación y en la inmediatez, a cumplir de mejor manera con las normas deontológicas de la actividad periodística, a edificar las instituciones democráticas sanas y transparentes, a mejorar la calidad de vida en la sociedad y, a contribuir a la convivencia democrática. Es la razón original del periodismo, vencer las resistencias dentro y fuera, en aras de los valores democráticos. Priorizar el periodismo de fondo sobre la cobertura diaria en una proporción razonable que no desnaturalice el derecho a saber de la sociedad.

**Art. 13.** Radio Carnaval 96.9FM tiene el firme compromiso de separar la línea editorial de las decisiones periodísticas de la empresa como referentes

para la toma de decisiones, prioriza el interés público a las utilidades económicas.

**Art. 14.** Radio Carnaval 96.9FM conoce los retos y ha tomado la decisión de hacer un periodismo de interés público. Luchará por la libertad del medio, prioriza su convicción de garantizar la libertad dentro del medio, sin límites más que los previstos en la Ley y en los principios editoriales plasmados en este código de ética. Su cumplimiento es un mandato contractual y un imperativo ético.

**Art. 15.** Radio Carnaval 96.9FM se compromete a elaborar un producto de calidad para enriquecer la oferta informativa que tiene a su disposición la sociedad.

Rechaza el principio del máximo beneficio con el menor esfuerzo. La banalización informativa para inhibir la conciencia crítica de la comunidad. No recurrirá al juicio mínimo del mercado informativo del sexo, la violencia y la superficialidad, cuando carezcan de un evidente interés público, habida cuenta que ello debilita la sociedad, genera un círculo vicioso en los gustos y percepciones comunitarias sobre el trabajo que debe cumplir el periodismo en una sociedad democrática.

**Art. 16.** Radio Carnaval 96.9FM privilegia el análisis razonado y la contextualización informativa. Rechaza la opinión por la opinión por no aportar nada al radioescucha y desnaturalizar la actividad periodística. Se promoverá la participación de expertos en los distintos temas que le interesan a la sociedad, sin limitarse a convocar a representantes de distintas fuerzas políticas. La pluralidad y la diversidad como mecanismo de buscar el interés de la sociedad. El encuentro de los diversos puntos de vista generados en la comunidad será el camino de expresión de los actores de la sociedad en los espacios periodísticos.

**Art. 17.** Todo el que emita opinión se hace responsable de lo que afirma e informa, sin que existan restricciones y limitaciones para ejercer la libertad de

prensa y opinión. Por lo anterior, no habrá espacios de opinión bajo seudónimos ni firmas o segmentos que ponderen rumores o trascendidos que, vulneran los principios éticos de transparencia informativa, desinforman y manipulan y por ello vulneran el derecho a la información de la sociedad porque recibirían un producto informativo sin garantías de calidad periodística.

**Art. 18.** Radio Carnaval 96.9FM asume un compromiso con la sociedad para transparentar la composición accionaria de la empresa. Los periodistas y la sociedad en general tienen el derecho de conocer claramente la

identidad de los propietarios y los porcentajes accionarios de quienes participan en ella. Su estructura es un asunto público.

**Art. 19.** Radio Carnaval 96.9FM garantiza los derechos del público y protege los derechos de los periodistas. En este Código de Ética se ponen de manifiesto los compromisos deontológicos del medio informativo con la sociedad, con los poderes públicos y privados, con las fuentes públicas y privadas de información, con los colegas y con la radio.

## **ESTATUTO DE REDACCIÓN**

### **Art. 20. Disposiciones generales:**

Las normas que a continuación se dictan tienen como propósito regular la actividad profesional de los locutores, reporteros y periodistas en relación con el cuerpo directivo de Radio Carnaval 96.9FM y la propiedad de la emisora. Se consideran integrantes de los espacios informativos a todos los reporteros y periodistas que, independientemente del cargo asignado, intervengan en el proceso de captación, procesamiento y difusión informativa y que estén vinculados laboralmente. Terceros vinculados con la radio por medio de contratos civiles o mercantiles se deberán comprometer a mantener iguales principios.

### **Art. 21. Principios editoriales:**

Radio Carnaval 96.9FM es un órgano periodístico plural comprometido con la defensa y el impulso del sistema democrático, las libertades cívicas y los derechos humanos recogidos en la Declaración Universal de las Naciones Unidas. Radio Carnaval 96.9FM es un medio informativo sin militancia política e ideológica ni afiliación religiosa, que defenderá a los ciudadanos frente a los abusos de poder y pugnará siempre por elevar la calidad de vida de las personas.

Rechazará toda tentativa de presión para inducir o imponer determinado tratamiento informativo por parte de personas, funcionarios, partidos políticos o grupos empresariales e ideológicos. Y se esforzará por presentar una información lo más veraz, sólida y completa posible, que responda al interés, a la comprensión y a las necesidades de la sociedad Ecuatoriana.

En asuntos que afecten o vulneren los principios señalados, la Dirección de noticias de Radio Carnaval 96.9FM, habrá de resolver de común acuerdo y conforme a lo estipulado en el presente Estatuto.

### **Art. 22. Miembros de la redacción:**

El presente Estatuto rige las relaciones profesionales —no laborales— de quienes participan en la redacción del medio bajo vínculo laboral.

### **Art. 23. Deberes y derechos:**

La labor de los miembros de la redacción estará regida bajo lo siguientes principios:

- a) La defensa de una información veraz, equilibrada, rigurosa, fundamentada y obtenida mediante métodos honestos.
- b) Se distinguirá entre la información y la opinión. La primera como medio de transmitir la información conforme se la haya recibido. La segunda el criterio del emisor responsabilizándose de no afectar a terceros.
- c) Los reporteros se abstendrán de incluir sus propias opiniones en las notas informativas.
- d) Se favorecerá la difusión sin demora de correcciones y rectificaciones, así como el derecho de réplica de individuos e instituciones aludidos en el espacio informativo.
- e) Se evitará la difusión de conjeturas, rumores o especulaciones como si fuesen noticias.
- f) Deberá respetarse la vida privada de las personas públicas, pero de manera excepcional ésta será objeto de escrutinio público cuando se trate de hechos de notorio interés público.
- g) Los periodistas tienen prohibido recibir dinero, regalos, prebendas, favores o privilegios que puedan influir en su trabajo periodístico.
- h) Se respetará de manera escrupulosa la presunción de inocencia en informaciones relativas a casos penales en curso.
- i) Ningún miembro de la redacción podrá realizar labores con entidades externas que interfieran o sean incompatibles con el quehacer informativo.

j) La información pagada, tanto de carácter político como de empresas privadas, será claramente diferenciada respecto del formato periodístico convencional y añadiendo al inicio y al final del anuncio la frase “Inicio de espacio publicitario, contratado o similar”.

k) Se evitará noticias que exalten el morbo o que dañen la dignidad y el honor de las personas.

l) En ningún texto periodístico podrá manejarse, sugerirse ni esbozarse algún tipo de discriminación por motivos de ideología, religión, sexo, raza, nivel socioeconómico, procedencia social o cultural.

m) Ningún integrante de la redacción está obligado a firmar como propios trabajos que no sean de su autoría o que hayan sido modificados de forma sustancial sin su previa consulta. En todo caso, el Director deberá probar que buscó al reportero al menos en dos ocasiones antes de hacer edición alguna que altere el fondo del trabajo periodístico del reportero.

n) Cuando se difunda extractos de entrevistas, se mantendrá en archivos la grabación completa a efectos de que el aludido solicite copia íntegra del mismo.

#### **Art. 24. Derecho a la Replica, Disculpas Públicas:**

Radio Carnaval 96.9FM reconoce el derecho a la réplica en igual espacio y por igual tiempo del que se sienta aludido u ofendido, bastará la solicitud del afectado para coordinar el ejercicio de este derecho.

El derecho a dar disculpas públicas deberá ser solicitado a la administración con referencias al hecho o acto que generó, a efectos de establecer el día y hora para difundir las mismas, sea en forma directa o grabada con anterioridad.

#### **Art. 25. Archivo de soporte:**

Toda la programación y la publicidad deberá grabarse y se conservará hasta por ciento ochenta días a partir de la fecha de su emisión, para el efecto Radio Carnaval 96.9FM implementará un sistema de archivo, siendo el custodio el Administrador. Conjuntamente con las grabaciones los periodistas y entrevistados podrá adjuntar a las grabaciones material periodístico de soporte.

#### **Art. 26. Secreto profesional**

El medio de comunicación asume el secreto profesional como un derecho y deber ético de los periodistas habida cuenta que constituye una garantía ciudadana a la información y una salvaguarda del trabajo profesional. Por ello, cuando así lo considere pertinente, y sujetándose a las leyes, protegerá

la identidad de sus fuentes informativas que soliciten el anonimato, sin perjuicio de la obligación de investigar que sean hechos verdaderos.

**Art. 27.** Ningún reportero podrá ser obligado a revelar sus fuentes o las fuentes de sus compañeros dentro de Radio Carnaval 96.9FM.

**Art. 28.** Radio Carnaval 96.9FM ampara con todos los medios a su alcance, el ejercicio del secreto profesional de sus reporteros frente a los tribunales de justicia o ante cualquier otro organismo.

#### **DISPOSICIONES GENERALES.**

**Art. 29.** Complementan las disposiciones de este código en lo relacionados con los propietarios y administradores, los estatutos de la empresa y más normas societarias. Con los vinculados laboralmente, el reglamento interno de trabajo, y con terceros los contratos suscritos con ellos.