

Código de Ética*

RADIO PUKARA HUANCANE

M T C Sub-Dirección de Serv. de Radiodif. D. G. C. T.	Exp:..... 62
	Folio:..... Sesión 3 dos

I. INTRODUCCIÓN

RADIO PUKARA HUANCANE es una Emisora Educativa, para promover la Evangelización, los derechos humanos y ciudadanos, propiciar la participación ciudadana y el desarrollo de nuestro pueblo y la mejora de la calidad de vida de los sectores excluidos y marginados, a través de un trabajo de comunicación radiofónica.

El presente Código ofrece los principios, normas y mecanismos de autorregulación con participación ciudadana, que garantizan un ejercicio radiofónico libre y con responsabilidad social en beneficio de los oyentes.

II. PRINCIPIOS

El presente Código se inscribe en los principios y disposiciones del marco jurídico internacional y nacional referido a los derechos humanos, fundamentalmente los derechos de comunicación:

- Libertad de expresión y opinión, para todos los ciudadanos y ciudadanas sin distinción de clase social, origen étnico, religión, género y cultura
- Acceso ciudadano a información de interés público y a opiniones plurales
- Responsabilidad social de la radio

Tiene como marcos normativos principalmente los siguientes:

2.1. Principios de la Comunicación de la Iglesia Católica, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que en su artículo 19 remarca el derecho humano a la libertad de expresión y opinión.

2.2. La Constitución Política del Perú, que garantiza los derechos a la libertad de expresión, el acceso ciudadano a la información y el derecho a la intimidad y la buena imagen.

2.3. La Ley de Radio y Televisión y su reglamento, que especifica los derechos, responsabilidades y obligaciones de las empresas de radio y televisión en el Perú.

* Según la Ley de Radio y Televisión y su Reglamento y basado en Código de Ética de CNR.

M.T.C. Sub-Dirección Serv. de Radio D.G.G.T.	
	Folio: <u>63</u> <u>Sesenta y tres</u>

III. PROGRAMACIÓN PERIODÍSTICA

- 3.1. La información captada, procesada y difundida por la emisora será de interés público y respetuosa de la vida privada de las personas. Los contenidos informativos serán tratados bajo los principios de honestidad y veracidad.
- 3.2. Las voces, opiniones y propuestas de ciudadanos y ciudadanas son fundamentales en el trabajo periodístico. Las programaciones de la radio ofrecerán espacios y estimularán la participación ciudadana.
- 3.3. La emisora debe elaborar sus informaciones recurriendo a fuentes confiables y, de ser el caso, las informaciones deben ser contrastadas con otras fuentes de manera que se logre un alto nivel de precisión y exactitud.
- 3.4. Los periodistas deben proteger la identidad de sus fuentes en caso se haya llegado a un acuerdo para la entrega de información.
- 3.5. En los casos en los que exista polémica y controversia sobre un tema de interés público, la emisora buscará que a través de los programas se expresen las partes en disputa o confrontadas. Si la emisora es parte interesada, podrá expresar sus posiciones explicitando que se trata de una posición institucional, pero dará oportunidad también a que se expresen puntos de vista divergentes.
- 3.6. En los programas periodísticos se hará la separación entre información y opinión, de forma que los y las oyentes puedan diferenciar la entrega de información y datos, de la formulación de juicios de valor sobre hechos y personas por parte de comentaristas colaboradores o editorialistas de las radios.
- 3.7. Las ediciones de entrevistas, encuestas y material sonoro que se incluya en notas, informes y reportajes, no deberá distorsionar el sentido de la información o los juicios emitidos.
- 3.8. Las informaciones que no correspondan con la realidad y que afecten injustificadamente la honra y buen nombre de instituciones y personas, serán rectificadas en un plazo no mayor de 48 horas una vez recibida la queja, y la rectificación tendrá similares proporciones en términos de tiempo y ubicación en los programas informativos.
- 3.9. En la línea de vigilancia y fiscalización de la gestión pública, no sólo del sector estatal sino también aquellas que desarrollan empresas privadas que brindan servicios públicos, la emisora practicará el periodismo de investigación, desarrollando sus pesquisas sobre hipótesis de trabajo de manera sistemática, consultando y contrastando diversas fuentes de información. En caso se trate de denuncias contra personas e instituciones, se buscará recoger la versión de los denunciados.

3.10. La obtención de información de interés público se hará en lo posible con el consentimiento de las fuentes. Si una información obtenida no necesariamente por medios lícitos, está directamente relacionada con un tema de interés público: por ejemplo corrupción, chantaje, violaciones de derechos humanos, entre otros, deberá ser difundida por la emisora protegiendo la fuente.

3.11. La emisora protege y defiende los derechos del niño y del adolescente y estimulan su participación en la radio. No revelan la identidad de los niños y las niñas en casos de violación de sus derechos que así lo ameriten.

3.12. En el marco de procesos electorales se buscará que los candidatos y candidatas tengan espacios y oportunidades similares de difundir sus propuestas y planes de gobierno, de forma que se garantice el derecho de los ciudadanos y ciudadanas a informarse sobre las diferentes propuestas de gobierno. El porcentaje de espacios e intervenciones puede variar con el desarrollo de los procesos electorales, en razón del propio proceso electoral y la popularidad de los candidatos y candidatas.

3.1.3. La emisora, en el marco de los procesos electorales, generarán espacios de opinión y debate ciudadano sobre las agendas de desarrollo local, regional y nacional, de forma que el debate, los planes y programas de gobierno se enriquezcan con los aportes de diversos actores sociales.

IV. PROGRAMAS EDUCATIVOS

4.1. La emisora produce y difunde programas educativos orientados a promover el desarrollo integral de las personas, en los campos de la salud, medioambiente, los derechos humanos, la equidad de género, la participación política, la prevención de accidentes y desastres, entre otros.

4.2. Los programas educativos tienen un carácter participativo, promueven la expresión de diversas visiones sobre los temas y asuntos tratados, y no se rigen por dogmas que impidan una comprensión más integral de los fenómenos sociales, políticos y culturales.

4.3. Los programas educativos, como productos culturales, deben ser el espacio para el diálogo de la diversidad, de las diferentes expresiones culturales y lenguas, para la expresión de las sensibilidades y emociones principalmente de los sectores excluidos de nuestro país.

4.4. Será además espacio de participación de las Instituciones educativas y otras para el beneficio y promoción humana.

V. PROGRAMAS MUSICALES

5.1. Los programas musicales y de entretenimiento tienen como finalidad acompañar a las personas en su vida cotidiana generando condiciones para el esparcimiento y

recreo. A través de los programas musicales, se buscará que se exprese la diversidad cultural y de creaciones artísticas de las diversas regiones de nuestro país.

5.2. En los programas de musicales y de entretenimiento no se difundirán contenidos y lenguaje que denigren a la persona humana, y el abordaje de temas dirigido a adultos se hará una vez finalizado el horario de protección al menor.

VI. PUBLICIDAD

6.1. Se evitará en los anuncios publicitarios un lenguaje obsceno, así como la discriminación por razones de género, étnico culturales, opción sexual, y otras.

6.2. La publicidad de productos, servicios y los anuncios de carácter electoral, deben diferenciarse de los programas periodísticos. Los anuncios y espacios políticos deben estar precedidos o seguidos de un aviso de la emisora señalando su naturaleza y carácter.

6.3. No se difundirá publicidad engañosa o se harán los correctivos necesarios si se detecta que algún anuncio no dice toda la verdad o induce al error a los consumidores.

VII. MECANISMOS DE DIFUSIÓN DEL CÓDIGO Y DE RESOLUCIÓN DE QUEJAS

7.1. La radio difundirá, en sus programaciones y páginas Web, en caso de contar con ellas, los contenidos del presente código de ética.

7.2. La radio, a los 60 días posteriores a la presentación del presente código, designará una instancia para atender quejas y pedidos de los oyentes. Así mismo, diseñará un procedimiento, con plazos establecidos, para la resolución de las quejas y peticiones y su correspondiente anuncio, y de ser el caso, correctivo en la programación.

VIII. DISPOSICIÓN FINAL

8.1. Los principios y disposiciones del presente Código de Ética rigen para la producción difundida por la emisora, en coordinación de otras Instancias que participa la dirección de la Emisora.

Huancané, Agosto del 2006.