	Código de Ética de Transmisión de Patrocinios			ISO / ISAS	Dirección	
	Elaboró	Autorizó	DG-DPA-12			
	Subdirección de Vinculación Institucional	Dirección	Revisión:			02
			Fecha:			12/07/19
Página:			1 de 2			

Propósito

El propósito de este código de ética es definir los criterios para la transmisión de patrocinios en la Estación de Televisión XEIPN Canal Once del Distrito Federal, en lo sucesivo Canal Once.

Objetivo

Establecer y vigilar que el contenido, imágenes y logotipos de los patrocinios que se transmiten en Canal Once cumplan con la legislación vigente, no lesionen los intereses de los ciudadanos ni fomenten actos y conductas incompatibles con los objetivos o políticas del Canal.

Alcance


Todas las áreas de Canal Once, patrocinadores y público en general.

Generalidades

1. Patrocinio: El pago en efectivo o en especie que realiza cualquier persona física o moral a fin de que se haga mención o presentación visual de la denominación, razón social, marca o logotipo de la institución u organización que realizó el pago.
2. Patrocinador: Se refiere a toda persona física o moral interesada en patrocinar a Canal Once por un costo determinado o a través de un intercambio en especie, autorizado anualmente por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
3. El Código de Ética de Transmisión de Patrocinios es aplicable a todos los patrocinadores.
4. Canal Once tiene la obligación de dar a conocer a los patrocinadores el contenido del Código de Ética de Transmisión de Patrocinios, previo a cualquier acuerdo.

Políticas

1. De acuerdo con la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión Canal Once es una concesionaria de uso público, y dada su naturaleza jurídica, un órgano de apoyo del Instituto Politécnico Nacional. Es así que el Canal es una televisora pública sin fines comerciales o de lucro, y con el compromiso y la responsabilidad con el público en general. A continuación se enlistan los lineamientos que deberán de seguir los mensajes a transmitir en la pantalla de Canal Once:
 - 1.1 No podrán exaltar las cualidades o bondades del producto o servicio presentado por el patrocinador, ni compararlo con productos o servicios similares.¹
 - 1.2 No deberán de incentivar el consumo indicando precios, ofertas o valores adicionales del producto frente a otros de su especie.
 - 1.3 Podrá mencionar en términos muy generales su identidad de producto, los servicios y/o productos derivados de éste, su rúbrica, frase o lema que lo distingue.

	Código de Ética de Transmisión de Patrocinios			ISO / ISAS	Dirección	
	Elaboró	Autorizó	DG-DPA-12			
	Subdirección de Vinculación Institucional	Dirección	Revisión:			02
			Fecha:			12/07/19
Página:			2 de 2			

2. Los materiales susceptibles de transmisión deberán evitar:

- a) Manipular o engañar sobre las características del producto y/o servicio ofrecido al ciudadano, o propiciar interpretaciones erróneas.
- b) Incluir contenidos que fomenten la agresión o la violencia.
- c) Desprestigiar algún producto, persona y/o servicio.
- d) Incluir contenidos pornográficos.
- e) Faltar al respeto a la diversidad sexual y sus distintas expresiones.
- f) Denigrar la flora y fauna del planeta.
- g) Humillar o ridiculizar a las personas.
- h) Presentar conductas o situaciones en las que exista discriminación de cualquier tipo.
- i) Fomentar el consumo de productos que atenten contra la salud o puedan generar adicción.

3. Todos los materiales deberán de contar con los formatos y estándares de calidad establecidos por Canal Once para su transmisión y cumplir con las leyes y reglamentaciones vigentes en la materia.

4. En los espacios dedicados exclusivamente a la programación de niños, se evitará transmitir contenidos que involucren:

- a. Materiales cuyo contenido no esté dirigido a niños y niñas.
- b. Promover o mostrar conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo la vida o la integridad física.
- c. Presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual.
- d. Promover o presentar conductas de acoso o intimidación escolar.
- e. Presentar conductas que promuevan la desigualdad.
- f. Incitar indirecta o directamente a la compra o contratación de un producto o servicio.
- g. Materiales que contengan chocolates o dulces con algún tipo de licor, así como “alimentos chatarra”.
- h. Materiales que fomenten el uso de sustancias y/o objetos flamables.
- i. Información respecto a suplementos alimenticios, vitaminas y medicinas.
- j. Películas o contenidos clasificación B o C, o aquellos que introduzcan a vicios y /o atemoricen o incomoden a algún menor de edad.

ⁱ De conformidad a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, promulgada por el Presidente de la República y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014 en las que se establece el Decreto; donde se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión...” **Sección IV. Establece: “De las concesiones sobre el espectro Radioeléctrico para uso Público y uso social para prestar el Servicio de Radiodifusión. Artículo 88.** “... las concesiones de uso público podrán tener cualquiera de las siguientes fuentes de ingresos adicionales: (...) III. Patrocinios; (...)” **Entiéndase como patrocinio: “El pago en efectivo o en especie que realiza cualquier persona física o moral a fin de que se haga mención o presentación visual de la denominación, razón social, marca o logotipo de la persona que realizó el pago”. implique que las transmisiones se realicen con fines comerciales, es decir que, el enunciado que se haga del bien, servicio o producto patrocinador, no se difunda exaltando las bondades del mismo...”**