

# Código de Ética de Transmisión de Patrocinios

## Propósito

El propósito del código de ética de la transmisión de patrocinios es definir los criterios para la transmisión de mensajes en el Canal Once.

## Objetivo

Establecer y vigilar que el contenido de los patrocinios a ser transmitir en el Canal Once, no lesione los intereses de los ciudadanos, o fomente actos y conductas incompatibles con los objetivos o políticas del Canal.

## Alcance:

Dirección General

Dirección de Administración y Finanzas

Dirección de Programación y Continuidad

División de Vinculación

División de Continuidad

## Generalidades

1. Patrocinador: Institución, persona física o moral interesada en transmitir un mensaje en Canal Once por un costo determinado y autorizado por la Secretaría de Hacienda y crédito público cada año.
2. El código de ética es aplicable a todos los patrocinadores.
3. La División de Vinculación tiene la obligación de dar a conocer a los patrocinadores el contenido del código de ética previo a cualquier acuerdo con el Canal Once.
4. El formato a utilizar para la elaboración de spot deberá estar apegado a los estándares de televisión.

## Políticas

1. Las bebidas alcohólicas solo podrán transmitirse en programas después de las 22:00hrs. De acuerdo a la fracción III del Artículo 23 de la Ley Federal de Radio y Televisión.
2. No se transmitirán materiales que fomenten la compra de tabaco en ningún bloque horario, de acuerdo al artículo 43, Título Sexto de la Ley Federal de Radio y Televisión.
3. No se transmitirán materiales:
  - ❑ Que manipule o engañe sobre las características del producto y/o servicio ofrecido al ciudadano, que propicie interpretaciones erróneas.
  - ❑ Que no cuente con los estándares de calidad establecidos por Canal Once para su transmisión.
  - ❑ Con contenidos que fomenten la agresión o la violencia.
  - ❑ Que desprestigien algún producto, persona y/o servicio.
  - ❑ Con contenidos pornográficos.
  - ❑ Que no respeten la diversidad sexual y sus distintas expresiones.
  - ❑ Que denigren la flora y la fauna del planeta.
  - ❑ Con mensajes que humillen, ridiculicen a las personas.
4. Según el Artículo 134 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación en ningún caso la propaganda debe incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de ningún servidor público.
5. Según el Artículo 41, fracción III, apartado A, inciso g del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

6. Los compromisos de transmisión de materiales no podrán ser derivados en un tercero.
  
7. En los espacios dedicados exclusivamente a la programación de niños, se contemplará lo siguiente:
  - ❑ Se transmitirán solo aquellos contenidos dirigidos a niños.
  - ❑ No se permitirán en los espacios diseñados para niños la transmisión de promocionales de chocolates o dulces con algún tipo de licor.
  - ❑ No se transmitirán spots que fomenten o utilicen cerillos.
  - ❑ Ningún tipo de información respecto a suplementos alimenticios, vitaminas y medicinas.
  - ❑ Películas o contenidos clasificación, B ó C, o ninguna que induzca a vicios, atemoricen a algún menor de edad.
  - ❑ Ningún material que incomode a un menor de edad será transmitido por esta emisora.