

**CODIGO DE ETICA
Y MANUAL DE ESTILO**

**EMISORA COMUNITARIA
SUPER ESTACION LATINA 104.1 FM
CIRCASIA, QUINDIO**

**LA JUNTA DIRECTIVA DE LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL
Y ECONOMICO DE CIRCASIA “RAFAEL MEJIA RIVERA”
CON PERSONERÍA JURÍDICA NRO.323 BIS DEL 24 DE NOVIEMBRE DE 1.986**

En el ejercicio de sus funciones constitucionales y legales y dando cumplimiento a lo dispuesto en el Decreto presidencial 1981 del 16 de julio de 2.003, artículo 2 inciso 7

ESTABLECE

EL CODIGO DE ETICA Y MANUAL DE ESTILO

Para la Emisora Comunitaria SUPER ESTACION, dada en concesión por el Ministerio de Comunicaciones mediante resolución nro. 000829 del 02 de mayo de 2.011.

El presente código de Ética y Manual de Estilo deberá ser difundido, ejecutando y cumpliendo estrictamente por toda persona o funcionario que de una u otra forma esté involucrado con el quehacer diario de la Emisora SUPER ESTACION: Planta de personal directivo, administrativo, operativo y colaborador, así como la audiencia en general que ejercerá como veedora del cumplimiento de este código de Ética y Manual de estilo

CODIGO DE ETICA

Código de Ética

El código de ética contiene las normas que rigen y regulan el comportamiento y el que hacer radial comunitario, y que permite trazar los derroteros sobre los cuales se basan los comunicadores comunitarios para desarrollar su labor. Así mismo contempla los lineamientos de relación con el estado, la sociedad civil y los demás sectores.

Manual de Estilo

El manual de estilo contiene las líneas generales que sustentan el proyecto comunicativo de la emisora SUPER ESTACION 104.1 FM, en concordancia con los deberes y derechos ciudadanos en la búsqueda de un desarrollo social sobre la base de lo comunitario, lo público el individuo y sus relaciones con el Estado, la sociedad civil y los demás sectores.

Función

El código de ética y el Manual de Estilo facilitan el cumplimiento de los objetivos, la misión y la visión con las cuales fue creada y adjudicada la emisora comunitaria **SUPER ESTACION LATINA 104.1 FM**, Además, para que se constituyan en el punto de convergencia donde se adaptan las normas a las necesidades y expectativas locales, pasando de la imposición al compromiso y a la operatividad de dichos postulados en el ejercicio radial.

Buscan dinamizar y consolidar las prácticas para democratizar la palabra en las emisoras comunitarias, lo cual significa ofrecerle a los diversos públicos, colectivos, comunidades e individuos, los mecanismos de participación que les posibilite expresarse e integrarse a los proyectos de desarrollo de la emisora **SUPER ESTACION LATINA 104.1 FM**, En el código de ética y el manual de estilo se deberán definir con claridad y precisión, las políticas de trabajo intersectorial en los ámbitos público y privado.

Tanto el manual como el código de ética deben construirse, concertarse y validarse con la sociedad civil en lo local. Este proceso debe garantizar a corto, mediano y largo plazo proyectos de desarrollo, comunicación y convivencia entre los productores del medio, los habitantes y las comunidades. Así mismo visibilizan la función social de la **SUPER ESTACION LATINA 104.1 FM** y evidencia su legitimidad.

Estas herramientas fortalecen el empoderamiento ciudadano (en sus ámbitos político, económico y cultural) que es el resultado del uso del medio comunitario por parte de los sectores sociales, en el que convergen los planes de nación así como los derechos y deberes dados por ley y aquellos que garanticen la construcción y ejercicio de lo público sobre el interés personal, impidiendo la consolidación de monopolios informativos, administrativos, participativos y de programación.

A quienes está dirigido ?

A los productores, realizadores y colectivos de producción de la emisora SUPER ESTACION LATINA 104.1 FM

A los concesionarios de la SUPER ESTACION LATINA

A la junta de programación de la SUPER ESTACION

A las personas vinculadas al área administrativa de la emisora

A los corresponsales y voluntarios que producen radio de manera esporádica

A las organizaciones civiles y sociales

A los sectores públicos y privados de todos los ámbitos de la sociedad

A la audiencia y a los ciudadanos en general como herramienta para la veeduría y la participación.

PRINCIPIOS DE LA SUPER ESTACION 104.1FM

RECONOCIMIENTO A LA DIVERSIDAD

El trabajo de la emisora **SUPER ESTACION LATINA 104.1 FM** se fundamenta en el reconocimiento de los diferentes procesos, identidades y expresiones culturales del contexto en que se encuentra y en el intercambio con otros contextos.

PRINCIPIOS DE LA BIODIVERSIDAD – SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL.

1. A través de su programación y contenidos la emisora SUPER ESTACION propicia espacios de participación y concertación, donde se permiten los disensos como reconocimiento del otro y de los diferentes sectores de la sociedad.
2. La emisora SUPER ESTACION se asume como constructora y promotora de paz, por lo tanto es independiente frente a los actores violentos y propicia la resolución pacífica de conflictos. En este sentido, realza desde el quehacer cotidiano de las comunidades, valores de tolerancia, convivencia y solidaridad, con miras a recomponer el tejido social.

SOSTENIBILIDAD

3. Corresponde a las comunidades (sectores organizados y audiencias) a la Fundación para el desarrollo social y económico de circasia Rafael mejía rivera y al estado garantizar la sostenibilidad social, política, cultural, legal y económica del proyecto comunicativo implementado en la **SUPER ESTACION 104.1 FM.**
4. La autonomía de la SUPER ESTACION no se verá comprometida por la búsqueda de la sostenibilidad política, legal y económica del proyecto comunicativo.
5. La SUPER ESTACION se rige por el principio de equidad en cuanto a género, infancia, etnias, minorías, discapacidad, en correspondencia con criterios de justicia que tengan en cuenta sus particularidades y características.
6. A través de la SUPER ESTACION no se hará proselitismo político ni religioso

7. La SUPER ESTACION fortalece las relaciones entre la sociedad civil y las instituciones del estado.
8. La SUPER ESTACION promueve la democracia, la participación y el pluralismo promulgados en la constitución política de Colombia.
9. La SUPER ESTACION promueve el respeto a la dignidad humana
10. La SUPER ESTACION tiene una responsabilidad social frente a sus audiencias en cuanto a los contenidos emitidos, fundamentada en principios éticos y morales

POLITICAS PARA EL MANUAL DE ESTILO DE LA SUPER ESTACION

CULTURA Y CIUDADANIA

- La SUPER ESTACION maneja responsablemente la información respetando la intimidad, honra, buen nombre y demás derechos fundamentales de las colectividades e individuos.
- La SUPER ESTACION trabaja por la formación de audiencias analíticas y participativas frente a la información que se difunde sobre su entorno.
- La SUPER ESTACION propicia espacios de participación, encuentro, concertación y debate de los diferentes sectores de la sociedad por medio de su programación y actividad comunitaria.
- La SUPER ESTACION elabora participativamente su proyecto comunicativo que aporte a la construcción de ciudadanía y a la socialización de nuevas maneras del quehacer político.
- Los contenidos y programaciones de la SUPER ESTACION, se orientan hacia el reconocimiento de imaginarios e identidades, la promoción de la participación ciudadana, la construcción de lo público
- Frente a temas polémicos, la SUPER ESTACION ofrecerá diversas visiones sobre los contenidos y herramientas, para que las audiencias tengan criterios de reflexión con respecto a la información que se difunde.

CREACION Y PRODUCCION

- La SUPER ESTACION contara con proyectos comunicativos concertados, a partir de los cuales formularan e implementaran políticas y criterios, que definan el tratamiento de los contenidos de su programación, sus enfoques y sus géneros.
- La programación de la SUPER ESTACION obedecerá a criterios pluralistas, democráticos, participativos y de calidad.
- La SUPER ESTACION explorara lenguajes, formatos y géneros para posibilitar la producción de propuestas novedosas, creativas, atractivas, pertinentes y de calidad.

FORMACION E INVESTIGACION

- La SUPER ESTACION propenderá por la capacitación y formación permanente del grupo humano de la emisora y sectores de la comunidad en diferentes áreas, con miras a fortalecer los contenidos de su programación, su organización, su sostenibilidad y el crecimiento individual.
- La SUPER ESTACION deberá contextualizar las informaciones generadas en la realidad nacional e internacional de acuerdo con los referentes de sus audiencias (públicos) reafirmando las prácticas de responsabilidad social en el tratamiento de sus contenidos.

VISIBILIDAD DE TEMAS QUE NO MANEJAN OTROS MEDIOS

- La SUPER ESTACION es una empresa que maneja procesos de comunicación ciudadana, por tanto, interactúan con otros medios y tecnologías con el objetivo de crecer, cualificarse y retroalimentar desde lo técnico, lo temático y la cobertura su quehacer comunicativo.

CONCERTACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL MANUAL DE ESTILO PARA LA EMISORA COMUNITARIA SUPER ESTACION

CAPITULO I. DE LA PRODUCCIÓN

Pautas básica para la aceptación de proyectos de producción radial

1. Que este ajustado a los principios, políticas, esquema y temáticas de la emisora SUPER ESTACION.
2. Que presente un perfil de proyecto de la producción: Objetivos, justificación, temática, responsables, metodología, horarios de emisión y grabación, financiación, audiencia, requerimientos técnicos, criterios de evaluación, duración del proyecto y una proyección de los programas a emitir.
3. Evaluación y aprobación por la junta de programación (se establecerán los complementos de evaluación: participación, organización, antecedentes del grupo o persona que presenta la propuesta, verificación de la sustentabilidad social, ambiental y económica).
4. Establecer un contacto o convenio formal de realización con la emisora.
5. Autonomía de la emisora para disponer del espacio cuando las actividades comunitarias lo requieran. En estos casos, la emisora se compromete a reponer en otros horarios las cuñas y/o programas en condiciones similares a las contratadas.
6. Los realizadores de programas deberán tener un conocimiento básico de producciones radiales, de no tenerlo, la emisora ofrecerá capacitación sobre sus principios básicos y así garantizar la cantidad de los programas que se emiten.
7. los realizadores de programas deben conocer y acatar el Código de ética y el manual de estilo de la Emisora Comunitaria SUPER ESTACION.
8. Poner en práctica el buen gusto y decoro en la realización de los programas y no utilizar lenguajes excluyentes.
9. Acatar los postulados, leyes y normas del estatuto de radiodifusión colombiano
10. El incumplimiento del código de ética y el manual de estilo al igual que el contrato o convenio con la emisora daría lugar a la suspensión del programa
11. Favorecer la exploración musical en la programación y producción radial reconocimiento a los derechos de autor.

Pautas básicas para orientar procesos de investigación y manejo de fuentes para la realización de reprogramas.

1. Establecer la idoneidad de las fuentes sobre el tema a tratar, estas siempre se identificaran, jerarquizar las fuentes y siempre se determinara el grado de confiabilidad de una fuente.
2. La SUPER ESTACION garantiza el derecho de todo periodista de guardar la reserva de la fuente.
3. Se debe exigir la consulta de más de una fuente, contrastar fuentes.
4. En las informaciones donde haya acusación contra una persona u organización, el realizador está obligado a obtener la versión de ella y deberá transmitir lo que diga en su defensa
5. No se permiten grabaciones clandestinas. Toda persona tiene derecho a saber que voz esta siendo grabada y saber dónde va a ser utilizada. A su vez, el oyente tiene derecho a saber quién es el entrevistado. Excepciones: casos de corrupción, actividades ilegales, fraude.
6. los temas de conflicto armado serán tratados por equipos de trabajo, nunca por una sola persona.
7. La verdad es la fidelidad a los hechos se debe comprobar antes de emitir cualquier información

Acerca de la música

1. Permitir la difusión de los diferentes géneros musicales, ya que con ello se aporta a los procesos de convivencia y reconocimiento del otro.
2. Frente a los contenidos excluyentes y problemáticos de las canciones se debe dar el contexto.
3. Se debe exigir la investigación de géneros, historias y contextos de las músicas en la elaboración de programas
4. Abrir promover, realizar grabaciones espacios a los músicos locales.
5. promover y realizar programas de música en vivo

CAPITULO II

DE LA CIUDADANIA, LA DEMOCRACIA Y LA CULTURA

Sobre la realización de programas para proteger el derecho a la diferencia

1. la emisora comunitaria SUPER ESTACION realizara programas que identifiquen y den a conocer las características de las diversas tendencias culturales que se encuentra en el contexto local, ya sean de origen rural o urbano, nativas o extranjeras.
2. Resaltar en la programación mensaje que reconocen en la diferencia como punto de partida para la construcción de ciudadanía. A la diferencia como oportunidad de dialogo intercultural
3. La programación debe mostrar la diversidad de espacios de acuerdo a la diversidad de intereses y gustos que caracterizan a una población.
4. Uso del lenguaje que no discrimine por opción sexual o discapacidad
5. Abrir espacios de participación para discutir y concertar la construcción de políticas públicas en comunicación y en cultural.
6. Fomentar el respecto a la diferencia al interior del equipo de trabajo de la SUPER ESTACION.
7. Conjugar lenguajes propios y externos para la construcción de mensajes.
8. Vinculación de la emisora comunitaria SUPER ESTACION a otros sectores culturales y medios de comunicación para alimentar y fortalece la calidad de las producciones desde sus propias experiencias y prácticas.
9. Adelantar campañas y actividades que fortalezcan la identidad cultural y el sentido de pertenencia en las comunidades.
10. Retomar y utilizar las experiencias o vivencias de los habitantes para el desarrollo de los contenidos.
11. Dar espacios a las comunidades que tienen pocas oportunidades de expresión en los medios masivos como jóvenes, adultos mayores, mujeres y niñez
12. Construir redes temáticas entre organizaciones que permitan el intercambio, la interlocución y las posibilidades de brindar a las audiencias diversas visiones.

Formas de participación para involucrar a los distintos sectores de la comunidad en la realización de programas:

1. En la emisora comunitaria SUPER ESTACION se puede participar directamente haciendo parte de la programación a través de un espacio o como miembro de la junta de programación. Se participa indirectamente, como audiencia o asistiendo a actividades comunitarias que organice la emisora esporádicamente.
2. Crear comités y juntas de programación con representación de las comunidades
3. La emisora comunitaria SUPER ESTACION hará convocatorias públicas periódicamente para la gente interesada en aprender a hacer radio. De esta manera se hace un proceso de socialización con la comunidad y audiencia de la emisora y se fomenta el sentido de pertenencia.
4. Promover desde la programación los objetivos de la emisora para que esta sea entendida como escenario de lo público.
5. Conformar clubes de audiencias
6. SUPER ESTACION fomentara procesos formativos en producción radial.

Realización de programas donde se tenga en cuenta los derechos de la infancia.

1. Educar en valores, principios y derechos a los niños. También en el reconocimiento de su contexto social y explorar las maneras en que esta población puede aportar al desarrollo social de su localidad
2. Formación de audiencia sobre lectura proactiva de medios, lenguaje de medios y sentido de la información.
3. Reconocer la ciudadanía infantil
4. Promover campañas contra el maltrato y el abuso a la niñez
5. No violar el derecho a la comunicación y a la ciudadanía que tiene la niñez
6. Los programas infantiles deberán respetar las formas de expresión propias del universo infantil
7. Realizar programas orientados a los adultos con énfasis en defensa de derechos de la niñez
8. No ridiculizar ni minimizar ni comercializar a la niñez en la producción radial
9. Gestionar ante las autoridades pertinentes la inclusión en el curriculum escolar, la educación en radio y otras tecnologías de la información.
10. Reconocimiento de los gustos, preferencias y necesidades comunicativas de la audiencia infantil..

Pautas para evitar la discriminación por etnia, género o condición social:

1. Trabajar con equidad de género
2. No discriminar por carecer de título profesional de la comunicación o en periodismo o por la formación empírica, a programadores y voluntarios de la SUPER ESTACION
3. No discriminar por raza, creencia o condición social
4. Uso del lenguaje que no atente contra la identidad
5. Igualdad intelectual o afectiva en el abordaje de temas que hacen referencia a las diferencias entre hombres y mujeres
6. Evitar todo estereotipo racial, étnico y sexual
7. Fomentar programas que promuevan la tolerancia, aceptación y aprecio de las diferencias.

Formas de involucrar a la población desplazada y el tratamiento de la información sobre este tema.

1. Promover la reflexión sobre esta problemática
2. Estimular los procesos organizativos de población desplazada
3. Promover programas y actividades en contra de la discriminación y el desconocimiento de la población desplazada
4. Fomentar escenarios y eventos que posibiliten el encuentro colectivo en torno a las expresiones culturales de las poblaciones afectadas por el conflicto.

Formas de comprometerse en el cuidado y preservación de la naturaleza que garantice el entorno para las próximas generaciones

1. Organizar y apoyar campañas de sensibilización sobre las problemáticas medio ambientales del contexto local
2. Promover información que exponga las posibilidades de conservación y aprovechamiento de recursos naturales y el medio ambiente en general
3. Educar sobre la importancia del reciclaje para la sostenibilidad medioambiental
4. La educación medioambiental se realizara a partir del desarrollo de actitudes críticas y el conocimiento de las relaciones con el entorno natural
5. Crear espacios de discusión sobre la relación con el medio ambiente y el desarrollo sostenible
6. Hacer parte de comités de prevención y atención de desastres
7. Contribución en políticas medioambientales locales

Funciones del defensor del oyente de la SUPER ESTACION

1. Apoyar los procesos formativos en audiencias sobre lectura proactiva de medios, lenguaje de medios y sentido de la comunicación
2. Apoyar mecanismos y procesos de formación que construyan una conciencia y responsabilidad social, pública y ciudadana, en los comités o juntas de programación frente al manejo de los contenidos difundidos por la SUPER ESTACION
3. El defensor deberá recibir las denuncias y tramitar ante quien corresponda
4. Velar por que la programación este acorde a las propuestas acordadas en el proyecto comunicativo
5. Reconocer a la audiencia, más que como oyentes, como interlocutores y actores de desarrollo social
6. Ejercer veeduría, seguimiento y medición de impacto de la producción radial.

CAPITULO III CRITERIOS PERIODISTICOS

Principios éticos de los realizadores de la información

1. El respeto y la promoción del derecho a la honra, a la intimidad y al buen nombre de las personas
2. La prevalencia del interés general sobre el particular para todo tipo de información que se produzca en el medio
3. La práctica periodística se ejerce con responsabilidad social, equidad, honestidad y justicia
4. La información y la programación se trabajaran con independencia y libertad de expresión
5. Reconocimiento y promoción de los derechos fundamentales del ser humano
6. La labor de informar significa equilibrio entre las propuestas del medio, el reconocimiento y trabajo con las temáticas que demanda y propone la comunidad. De esta manera , la SUPER ESTACION contribuye a la construcción de una agenda informativa pública y colectiva
7. La veracidad, precisión y agilidad en el manejo de la información
8. El lenguaje periodístico debe ser claro, sencillo, respetuoso y acorde con las características culturales del contexto
9. Es importante buscar un equilibrio entre los recursos sonoros utilizados para mostrar veracidad en las informaciones emitidas
10. Los recursos sonoros utilizados, no falsearan las informaciones ni limitaran la creatividad de los realizadores

Principios con relación al manejo de fuentes

1. Las relaciones entre el periodista y la fuente estarán basadas en el respeto, la independencia y la veracidad
2. La pluralidad de fuentes garantiza confiabilidad y calidad informativa
3. Los realizadores tienen la obligación de no revelar la identidad de las fuentes que hayan solicitado mantenerse anónimas, salvo los casos que contemple la ley
4. A la fuente que ha sido víctima de algún hecho de violencia, catástrofe natural o calamidad doméstica, se le respetará su dignidad, intimidad y situación evitando el sensacionalismo
5. El realizador debe contar con diversas clases de fuentes como las testimoniales, documentales y bibliográficas.

Características de un hecho para considerarlo noticioso

1. El tema debe ser de interés general y no particular
2. La información local tiene primicia, La información regional, nacional y mundial, se contextualizará para dar mayores elementos de análisis a la audiencia
3. Los hechos de la realidad que signifiquen variaciones y cambios, positivos como negativos en la comunidad se reconocen como informaciones prioritarias para el medio
4. Las informaciones que son actuales y pueden ser actualizables se consideran como hechos noticiosos esenciales para la comunidad
5. Los temas que se identifiquen con los intereses, problemas, propuestas y sueños de las comunidades
6. Es deber de la SUPER ESTACION hacer seguimiento a los hechos que han sido noticia.

Criterios para atender la diversidad de géneros en la programación

1. Legitimar y enriquecer los diálogos entre la audiencia y los realizadores a través de la producción de programas con diversas formas de narrar acudiendo a los géneros radiales (dramatizado, informativo y musical)
2. El uso de varias herramientas narrativas dentro del formato elegido, con el objetivo de dinamizar y hacer más variado el programa

Manejo de información en programas dirigidos a grupos por edad

1. Conocer y diferenciar los horarios de programación según el tipo de audiencia
2. Reconocer los gustos, necesidades y temáticas de interés de cada grupo de edad de la población
3. Pluralidad de personajes e historias en las narrativas radiofónicas, que cuenten la realidad de dichas audiencias
4. Tener en cuenta en toda la programación los lenguajes propios de cada grupo de edad (palabras, significados, ritmos, entonaciones y ambientes)
5. La participación de las audiencias en la construcción de la programación y los contenidos, a través de encuestas, grupos de discusión, llamadas telefónicas y encuentros locales temáticos.

CAPITULO IV HECHOS VIOLENTOS Y CRITICOS

Criterios que deben tenerse en cuenta para el manejo de fuentes sobre hechos violentos

1. Comprobar la exactitud y veracidad de las fuentes y cuidarse de no caer en el error
2. Identificar las fuentes siempre que sea factible
3. No limitarse a las fuentes primarias y oficiales
4. Desconfiar de las fuentes que ofrecen información a cambio de favores o dinero, evitar ofrecer pago por la noticia
5. Confrontar las fuentes. Cerciorarse que los titulares, avances noticiosos, fotos, videos, materiales, fragmentos sonoros y citas suministradas por terceros o medios de comunicación, no tergiversen los hechos.

Consideraciones que deben hacerse para el manejo del lenguaje en la comunicación de hechos violentos

1. Utilizar redacciones claras, concretas, haciendo buen uso de la palabra
2. Evitar los calificativos y apasionamientos al emitir la información
3. Evitar las escenificaciones engañosas
4. Emitir informaciones que le permitan a la audiencia, mantener la esperanza
5. Ponernos de lado de los afectados y pensar en las sensibilidades propias del ser humano
6. Evitar el sensacionalismo

Estrategias para evitar el tratamiento sensacionalista de la información de hechos violentos

1. Evitar lenguajes exagerados y descontextualizados
2. Evitar conflictos de interés, reales o aparentes
3. Estar libres de vínculos y actividades que puedan comprometer su integridad o perjudicar su credibilidad
4. No dejarse llevar por los apasionamientos y rumores
5. No sacar provecho del drama humano
6. No utilizar lenguajes estereotipados
7. No difundir el miedo
8. Generar confianza en los oyentes
9. Evitar manipulación o trato preferencial de anunciantes y personas con intereses particulares

Estrategias para conjugar la inmediatez propia de la radio con responsabilidad en la información de hechos violentos

1. No lanzar información sin tener certeza y apoyo probatorio sobre el hecho
2. Rechazar presiones por parte de los directores de medios o personas con interés particulares y que influyan en la cobertura noticiosa
3. Cuando la información emitida afecte adversamente a personas e instituciones, se debe permitir la rectificación en condiciones de equidad
4. Mostrar una especial sensibilidad al tratar información que afecte a: niños, adultos mayores
5. Queda en discusión como cubrir hechos violentos en directo

CAPITULO V. PUBLICIDAD Y FINANCIACION

Criterios para aceptar o rechazar pauta publicitaria.

1. Que no atente contra los principios del proyecto comunicativo y se encuentre dentro de las exigencias legales vigentes.
2. Que no este en contra del bienestar físico, mental o moral de la comunidad
3. Darle prioridad a los productos de la región
4. Exigir registro legal e investigar la procedencia de los productos alimenticios y de salud
5. Que no tengan ningún tipo de proselitismo político y religioso
6. la publicidad no debe promover el engaño de ninguna tipo
7. tendrá prioridad toda aquella pauta publicitaria que apoye campañas de proyección social, ayuden a la prevención y solución de los problemas de la comunidad.
8. Investigar la procedencia y fines del objeto publicitario.

Elementos a considerar en los mensajes publicitarios.

1. Manejo de lenguaje radial adecuado y estética sonora
2. Que no desacredite a otros productos, servicios y bienes
3. Credibilidad
4. Veracidad y claridad.

Criterios de la SUPER ESTACION para diferenciar la publicidad y la propaganda

1. Propaganda. Son aquellos mensajes que promueven ideas y conceptos para la construcción de ciudadanía, análisis, opinión, sensibilización y formación de público
2. Publicidad: Mensajes que promocionan bienes y servicios, con el fin de atraer y retener clientes o consumidores de un producto o servicio.

Criterios para programar pauta publicitaria.

1. La pauta debe ser novedosa y objetiva
2. Sincronizada con los horarios y programación de la SUPER ESTACION
3. Mantener la estética y perfil de la SUPER ESTACION en su producción
4. Tener claro cual es la audiencia a la que llegara el mensaje.

Lineamientos sobre la relación emisora y anunciantes:

1. Independencia de la SUPER ESTACION con respecto a su programación.
2. Tener una parrilla de programación modelo
3. Escuchar las sugerencias del cliente o dueño del producto a publicitar.
4. los clientes deben acogerse a lo establecido en el manual de estilo de la emisora
5. Equidad en el acceso y contratación de los espacios publicitarios.
6. Cumplimiento de lo que se pacte en el convenio de publicidad.

7. Planteen 5 lineamientos sobre la relación emisora y cliente publicitario
8. Independencia de la emisora con respecto a su programación
9. Tener una parrilla de programación modelo
10. Escuchar las sugerencias del cliente o dueño del producto a publicitar
11. Los clientes deben acogerse a lo establecido en el manual de estilo de la SUPER ESTACION
12. Equidad en el acceso y contratación de los espacios publicitarios
13. Cumplimiento de lo que se pacte en el convenio de publicidad

PARA EL GLOSARIO

Se propone anexar un glosario, donde se definan algunos términos para que no haya lugar a confusiones.

Inicialmente están los siguientes:

- Audiencias
- Sostenibilidad social
- Sostenibilidad legal
- Principios de equidad
- Proselitismo

ESTRATEGIAS DE SOCIALIZACION

Tanto el código de ética como el manual de estilo deberán ser socializados con la comunidad desde dos posibilidades:

SOCIALIZACION:

1. Para la socialización del Código de Ética y el Manual de Estilo los productores y realizadores de la emisora comunitaria SUPER ESTACION elaboraran los documentos y luego de su revisión son concertados con la comunidad adoptados y difundidos.
2. Es responsabilidad de las personas involucradas con la emisora y comunidad en general, velar por el cumplimiento de lo estipulado en el Código de Ética y el Manual de Estilo adoptado y establecido para la Emisora Comunitaria SUPER ESTACION
3. El presente Código de Ética y Manual de Estilo rige diez días hábiles después de la fecha de su difusión y publicación en cartelera de la emisora comunitaria SUPER ESTACION.
4. El manual de estilo y Código de ética estará siempre a disposición de quien se interese por su contenido
5. El manual de estilo y código de ética estará en permanente ajuste, discusión y análisis de acuerdo a los cambios de la radio comunitaria.

DIFUNDASE Y CUMPLASE

Para constancia se firma en el Municipio de Circasia, Quindío el 14 de marzo de 2.019

GLORIA CECILIA RESTREPO GIRALDO

REPRESENTANTE LEGAL

