RADIO Y TELEVISIÓN MEXICANAS | CIRT

CÓDIGO DE ÉTICA



VICTORIA RADIO

PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

CONTENIDO

PREÁMBULO…… 3

CAPÍTULO I. Disposiciones generales..... 3

CAPÍTULO II. Identidad editorial y valores de la programación…… 4

CAPÍTULO III. Criterios editoriales para información noticiosa …… 4

CAPÍTULO IV. Protección de grupos vulnerables y dignidad humana…… 6

CAPÍTULO V. De los derechos de las audiencias…… 7

CAPÍTULO VI. De la persona defensora de las audiencias…… 8

CAPÍTULO VII. Defensa de los derechos de las audiencias…… 9

TRANSITORIOS…… 10

ANEXO. Hoja de adhesión al Código de Ética CIRT…… 11

PREÁMBULO

El Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, en sesión de octubre del 2026, aprobó el presente Código de Ética como código modelo al que las concesionarias afiliadas podrán adherirse en términos del artículo 253 de la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Cada concesionaria que suscriba la Hoja de Adhesión adopta este Código como propio para los canales de

programación que en ella se señalan, y lo inscribe en el Registro Público de Concesiones conforme a los artículos 20 y 21 de los Lineamientos Generales para la Protección de los Derechos de las Audiencias.

CAPÍTULO

I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto. El presente Código de Ética establece los criterios editoriales, los valores y los mecanismos con los que la Concesionaria protege los derechos de las Audiencias, con fundamento en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 250 y 253 de la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión y 17 a 24 de los Lineamientos Generales para la Protección de los Derechos de las

Audiencias.

Artículo 2. Definiciones. Los términos con mayúscula inicial tendrán el significado que les atribuyen el artículo 3 de la Ley y el artículo 3 de los Lineamientos. Adicionalmente, para efectos de este Código se entenderá por:

I. CIRT: la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión; II. Código: el presente Código de Ética;

III. Concesionaria: la Concesionaria de Televisión Abierta y Radio que suscribe la Hoja de Adhesión;

IV. Hoja de Adhesión: el documento anexo a este Código, mediante el cual la Concesionaria lo adopta como propio y precisa la información a que se refieren las fracciones III y V del artículo 18 de los Lineamientos; V. Ley: la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y

VI. Lineamientos: los Lineamientos Generales para la Protección de los Derechos de las Audiencias, publicados en el Diario Oficial de la Federación el 28 de agosto de 2026.

Artículo 3. Adhesión y ámbito de aplicación. La Concesionaria se adhiere al presente Código mediante la suscripción de la Hoja de Adhesión, en la que señalará cada canal de programación, incluidos los de multiprogramación, al que resulta aplicable. Los canales de programación que tengan la misma Identidad Programática en el territorio nacional se rigen por un mismo Código, en términos del artículo

19 de los Lineamientos.

El Código es aplicable y exigible a partir de la notificación de la constancia de inscripción en el Registro Público de Concesiones. La Concesionaria lo publicará en su portal de internet, en sus medios digitales y en un lugar visible de sus instalaciones, en el plazo previsto en el artículo 22 de los Lineamientos.

Toda modificación al Código o a la Hoja de Adhesión se sujetará al procedimiento de inscripción, en términos del artículo 23 de los Lineamientos.

Artículo 4. Interpretación. Este Código se interpretará de conformidad con los artículos 6o. y 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y con los tratados internacionales en materia de libertad de expresión. De conformidad con el artículo 2 de los Lineamientos, ninguna de sus disposiciones podrá interpretarse para restringir o limitar el derecho a la información, la libertad de expresión, la libertad

programática o la libertad editorial de la Concesionaria, ni para ejercer censura previa sobre sus Contenidos. Lo no previsto en este Código se regirá por la Ley y los Lineamientos.

CAPÍTULO II

IDENTIDAD EDITORIAL Y VALORES DE LA PROGRAMACIÓN

Artículo 5. Misión, visión e Identidad Programática. La misión y la visión que definen la identidad editorial de la Concesionaria, así como la Identidad Programática de cada uno de sus canales de programación, son las que constan en la Hoja de Adhesión.

Artículo 6. Valores y principios de la programación. En ejercicio de su

libertad programática y editorial, la Concesionaria guía su programación por los siguientes valores y principios:

I. Libertad de expresión y derecho de las Audiencias a buscar y recibir información e ideas de toda índole;

II. Veracidad de la información noticiosa, entendida como deber de diligencia en los términos del Capítulo III de este Código;

III. Pluralidad y diversidad de la oferta programática, que se procura en el conjunto de la programación de cada canal y no implica la obligación de presentar posiciones contrastantes en cada Contenido;

IV. Respeto a la dignidad humana y a los derechos humanos, Igualdad de Género y no Discriminación; V. Interés superior de la niñez, y VI. Accesibilidad para las Audiencias con Discapacidad.

La Concesionaria podrá señalar en la Hoja de Adhesión valores adicionales propios de su línea editorial.

CAPÍTULO III

CRITERIOS EDITORIALES PARA EL TRATAMIENTO Y LA DIFUSIÓN

DE INFORMACIÓN NOTICIOSA

Artículo 7. Deber de diligencia. En términos del artículo 12 de los Lineamientos, la Concesionaria adopta las medidas necesarias para preservar la pluralidad y la veracidad de la información noticiosa que difunde.

El deber de diligencia se cumple cuando, al momento de hacer pública la información, la Concesionaria contaba con elementos mínimos para concluir que era veraz, conforme a las prácticas generalmente aceptadas del periodismo y con los elementos razonablemente disponibles, sin perjuicio de la oportunidad de la información.

La información de interés público que se encuentre en desarrollo o que no esté confirmada podrá difundirse, advirtiendo a las Audiencias de ese carácter.

Artículo 8. Material generado mediante inteligencia artificial. La Concesionaria identificará como tal el material de producción propia generado o alterado mediante inteligencia artificial cuando pueda confundirse con material auténtico.

Artículo 9. Fuentes. En el tratamiento de las fuentes de información se observará lo siguiente:

I. La información se atribuirá a sus fuentes cuando éstas sean

públicas o no hayan solicitado la reserva de su identidad;

II. La Concesionaria y las personas que ejercen el periodismo en ella tienen derecho a reservar la identidad de sus fuentes. Ninguna disposición de este Código ni requerimiento formulado en el procedimiento de Queja obliga a revelarla, y

III. Cuando la Concesionaria difunda declaraciones de terceros, en particular de autoridades y personas servidoras públicas, o transmita eventos en los que éstos intervengan, cumplirá el deber de diligencia respecto del contenido de dichas declaraciones al reproducirlas con fidelidad y atribuirlas expresamente a quien las emite, sin perjuicio de que las contextualice. La misma regla se

aplica a las expresiones de personas invitadas, entrevistadas o del público en Contenidos en vivo.

Artículo 10. Corrección. La Concesionaria corregirá con oportunidad y, en la medida de lo posible, por el mismo medio, los errores de hecho sustanciales de los que tenga conocimiento en la información noticiosa que haya difundido.

Artículo 11. Distinción entre información noticiosa y opinión. En términos del artículo 250, fracción V, de la Ley y del artículo 11 de los Lineamientos, la Concesionaria implementará en los Contenidos, al menos, los siguientes mecanismos para diferenciar la opinión de la persona informadora, comentarista o conductora respecto de la información noticiosa:

I. Para el servicio de Televisión Abierta:

A. En Contenidos noticiosos o que cuenten con secciones informativas o noticiosas específicas: plecas, cortinillas, mensajes en la pantalla o cualquier otro elemento que permita identificar plenamente que la persona informadora, comentarista o conductora expresa de forma indistinta sus opiniones y mensajes noticiosos.

Dichos elementos se deberán incorporar al menos al inicio y al final del programa;

B. En Contenidos que no cuenten con secciones o espacios informativos específicos: plecas, cortinillas, mensajes en la pantalla o cualquier otro elemento que permita identificar plenamente que la persona informadora, comentarista o conductora expresa de forma indistinta sus opiniones y mensajes noticiosos. Dichos elementos se deberán incorporar al menos al inicio y al final del

programa, y

C. En Contenidos de opi lecas, cortinillas, mensajes en la

pantalla o cualquier otro elemento que permita identificar plenamente que la persona informadora, comentarista o conductora expresa principalmente sus opiniones. Dichos elementos se deberán incorporar al menos al inicio y al final del programa.

II. Para el servicio de Radio: se deberán incorporar elementos sonoros que permitan identificar plenamente que en el Contenido la persona informadora, comentarista o conductora expresa de forma indistinta sus opiniones y mensajes noticiosos, o únicamente opiniones. Dichos elementos se deberán incorporar al inicio y al final del Contenido.

Artículo 12. Publicidad y Contenido. La Concesionaria no presentará Publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa, en términos del artículo 6o., apartado B, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y del artículo 9 de los Lineamientos.

La Concesionaria identificará los Patrocinios, Mensajes Comerciales, Contenidos de Marca y Emplazamientos de Producto para diferenciarlos de los Contenidos, en los términos del artículo 10 de los Lineamientos, conforme a lo siguiente:

I. En televisión, mostrará en pantalla, al final de cada Contenido que cuente con Espacios Comercializados o Patrocinios, la leyenda “Este programa contó con Espacios Comercializados y/o Patrocinados” y los logotipos o nombres comerciales de las marcas correspondientes. Podrá, además, identificar los Espacios Comercializados con el símbolo “P” conforme al Anexo 1 de

los Lineamientos, al inicio o al final del espacio comercializado, por al menos 5 (cinco) segundos continuos;

II. En radio, expresará verbalmente, al final de cada Contenido que cuente con Espacios Comercializados o Patrocinios, la leyenda “Este programa contó con Espacios Comercializados y/o Patrocinados”, y

III. En ambos servicios, anunciará el inicio y el fin de los cortes comerciales cuando de la continuidad de la transmisión no resulte claro.

La Publicidad se ajustará, además, a lo dispuesto en los artículos 238 a 240 de la Ley. Artículo 13. Derecho de réplica. El derecho de réplica se ejerce en los términos de la Ley Reglamentaria del Artículo 6o., párrafo primero,

de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia del Derecho de Réplica. La Concesionaria informará a las Audiencias sobre este derecho en su portal de internet, en términos del artículo 13 de los Lineamientos.

CAPÍTULO IV

CRITERIOS EDITORIALES PARA LA PROTECCIÓN DE GRUPOS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD, LA NO DISCRIMINACIÓN, LA NO

EMISIÓN DE DISCURSOS DE ODIO Y VIOLENCIA Y EL RESPETO A LA

DIGNIDAD HUMANA

Artículo 14. Dignidad y no discriminación. La Concesionaria observará los criterios siguientes:

I. Los Contenidos y la Publicidad no harán distinciones, exclusiones o restricciones motivadas por origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social, condiciones de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;

II. No se difundirán Contenidos que constituyan apología del odio que incite a la violencia, la hostilidad o la Discriminación contra personas o grupos por cualquiera de los motivos señalados en la fracción anterior;

III. Las referencias a las condiciones señaladas en la fracción I se harán cuando sean pertinentes para la información o el Contenido, evitando estereotipos que menoscaben la dignidad de las personas, y

IV. Se procurarán representaciones respetuosas e inclusivas de las personas con Discapacidad, de los pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas y de las mujeres, evitando aquellas que justifiquen o normalicen la violencia de género.

Artículo 15. Honor y vida privada. La Concesionaria respeta el honor, la vida privada y la propia imagen de las personas. La difusión de información que incida en estos derechos se justifica cuando la información es de interés público, atendiendo a la proyección pública de la persona y a la relación de la información con dicha proyección.

Artículo 16. Niñas, niños y adolescentes. En atención al interés superior de la niñez y conforme a la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, la Concesionaria:

I. No presentará como espectáculo los conflictos personales o familiares de niñas, niños o adolescentes;

II. Contará con el consentimiento de quienes ejerzan la patria potestad o tutela para la participación de niñas, niños o adolescentes en sus Contenidos, salvo en los supuestos previstos en los dos últimos párrafos del artículo 78 de la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes; tomará en cuenta su opinión conforme a su edad y madurez, y asegurará que dicha participación se realice en

condiciones seguras y adecuadas, y

III. Advertirá a las Audiencias sobre los Contenidos que puedan perjudicar el libre desarrollo de la personalidad de niñas, niños y adolescentes, conforme a la clasificación y en los términos de los artículos 219 a 221 de la Ley. La Publicidad destinada al público infantil se ajustará al artículo 240 de la Ley.

Artículo 17. Cobertura informativa de la violencia. La Concesionaria:

I. No difundirá de manera íntegra mensajes, amenazas, imágenes o videos producidos por grupos delictivos con fines propagandísticos. Cuando su existencia sea de interés público, informará sobre ella con el contexto necesario y sin amplificar su propósito;

II. No presentará a quienes cometen o se presume que cometen delitos como héroes o figuras admirables, ni adoptará su lenguaje o sus denominaciones de manera que normalice su actuación;

III. Respetará la presunción de inocencia y atribuirá los hechos y las responsabilidades con precisión, sin generalizar ni estigmatizar a personas, comunidades o regiones;

IV. Protegerá la identidad de las víctimas y de sus familiares, en particular de niñas, niños y adolescentes y de víctimas de delitos sexuales, y se abstendrá de difundir información que ponga en riesgo su vida o integridad, y

V. Sólo difundirá imágenes explícitas de violencia o de personas fallecidas o lesionadas cuando sean necesarias para la comprensión de hechos de interés público, con advertencia previa y sin exhibición gratuita o reiterada.

CAPÍTULO

V

DE LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

Artículo 18. Derechos de las Audiencias. Sin perjuicio de los derechos previstos en la Ley y en otras leyes, y en términos de los artículos 250 de la Ley y 8 de los Lineamientos, las Audiencias tienen los siguientes derechos:

I. Recibir información veraz, plural y oportuna, especialmente en programación noticiosa; así como, a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión;

II. Que la Publicidad o propaganda no se presente como información periodística o noticiosa;

III. Que las Concesionarias de Televisión Abierta y Radio, y las Concesionarias de Televisión y/o Audio de Paga, aporten elementos

para distinguir entre la Publicidad y el Contenido;

IV. Que las Concesionarias de Televisión Abierta y Radio, y las Concesionarias de Televisión y/o Audio de Paga, faciliten elementos para diferenciar entre la información noticiosa que difundan en sus Contenidos y la opinión de las personas que participan en éstos, especialmente en los programas de carácter noticioso;

V. Recibir Contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico de la Nación;

VI. Recibir programación variada que responda a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;

VII. Ejercer el derecho de réplica, cuando se emita información inexacta o falsa respecto de una persona, en términos de la Ley Reglamentaria del Artículo 6o., párrafo primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia del Derecho de Réplica;

VIII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video, tanto

a lo largo de la programación, como durante los espacios publicitarios;

IX. En la prestación de los servicios de radiodifusión está prohibida toda Discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los

derechos y libertades de las personas, tanto en la programación como en la Publicidad;

X. Que las Concesionarias de Televisión Abierta y Radio, y las Concesionarias de Televisión y/o Audio de Paga, respeten los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la Igualdad de Género y la no Discriminación; XI. Que en los programas se haga uso de cualquiera de las lenguas nacionales;

XII. Que en radiodifusión se utilice el subtitulaje o doblaje al español, en caso de que los programas sean en idioma extranjero;

XIII. Que se respeten los horarios de los programas, se avise con

oportunidad los cambios a los mismos y se incluyan avisos parentales. Para tal efecto, deberán:

A. Cuando el cambio sea previsible, informar con al menos 24 (veinticuatro) horas de anticipación, por el mismo canal y otros

medios, o

B. Cuando el cambio no sea previsible, informar en el mismo canal, antes del inicio del programa afectado. XIV. Las Audiencias con Discapacidad gozarán de los siguientes derechos:

A. Contar con servicios de subtitulaje, doblaje al español y Lengua de Señas Mexicana, tanto de audio de voz como de sonidos e información no verbal que sean relevantes al Contenido audiovisual, para dar Accesibilidad a personas con debilidad auditiva. Estos servicios deberán estar disponibles en al menos uno de los programas noticiosos y uno de los programas

infantiles de mayor audiencia a nivel nacional por día;

B. A representaciones visuales respetuosas e inclusivas que promuevan el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades; así como, la necesidad de su atención y respeto; C. A contar con mecanismos que les faciliten la presentación de Quejas, y

D. A que las Concesionarias de Televisión Abierta y Radio, y las Concesionarias de Televisión y/o Audio de Paga habiliten sus guías de programación a través de una línea telefónica, aplicaciones o en sus portales de internet.

Artículo 19. Alcance. La Concesionaria garantiza los derechos previstos en el artículo anterior con los alcances y en los términos de la Ley y de los Lineamientos. Los servicios de Accesibilidad a que se refiere el inciso A de la fracción XIV se prestan en los términos de los artículos 14 a 16 de los Lineamientos.

CAPÍTULO VI

DE LA PERSONA DEFENSORA DE LAS AUDIENCIAS

Artículo 20. Designación. La Concesionaria designa a su Persona Defensora en términos del artículo 253 de la Ley y de los artículos 25 a 34 de los Lineamientos. Podrá designar a la persona que le proponga la CIRT, quien podrá desempeñarse como Persona Defensora de más de una Concesionaria conforme a la fracción III del artículo 26 de los Lineamientos.

Cada canal de programación contará con una sola Persona Defensora, que se identificará en la Hoja de Adhesión. Cuando la CIRT proponga a más de una persona, la asignación de las Concesionarias entre ellas atenderá a criterios que garanticen la recepción, atención y resolución oportuna de las Quejas, los términos y plazos previstos en los Lineamientos y el cumplimiento de las obligaciones de las Personas Defensoras.

Artículo 21. Requisitos e Igualdad de Género. La Persona Defensora deberá cumplir los requisitos previstos en el artículo 254 de la Ley y en el artículo 27 de los Lineamientos, y no ubicarse en ninguno de los impedimentos del artículo 29 de éstos. En la alternancia de las designaciones se observará el principio de Igualdad de Género, en términos del artículo 253 de la Ley y 27 de los Lineamientos.

Artículo 22. Periodo, terminación y sustitución. La Persona Defensora será designada por un periodo de tres años, prorrogable hasta por dos ocasiones por el mismo plazo, en términos del artículo 253 de la Ley y del artículo 34 de los Lineamientos. Su designación sólo terminará por la conclusión del periodo o por las causas previstas en el artículo 35 de los Lineamientos. La Concesionaria no podrá removerla por el sentido de sus

Determinaciones o Recomendaciones.

La Concesionaria presentará la solicitud de inscripción de la nueva designación en los plazos previstos en el artículo 35 de los Lineamientos y, en caso de conclusión del periodo, con la anticipación necesaria para no quedar sin Persona Defensora.

Artículo 23. Independencia y recursos. La Persona Defensora actúa con imparcialidad e independencia. La Concesionaria le proporcionará, directamente o por conducto de la CIRT, los recursos técnicos y materiales necesarios para el adecuado desempeño de sus funciones, y se abstendrá de cualquier interferencia directa o indirecta en el ejercicio de sus funciones, en términos del artículo 37 de los Lineamientos.

Los datos de contacto de la Persona Defensora se publicarán en el portal de internet y en los medios digitales de la Concesionaria, y se mantendrán a la vista en sus instalaciones, en términos del artículo 32 de los Lineamientos.

CAPÍTULO VII

DEL MECANISMO PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

Artículo 24. Procedimiento de Queja. El mecanismo para la defensa de los derechos de las Audiencias es el procedimiento de Queja ante la Persona Defensora, que se desarrollará conforme a lo establecido en el artículo 255 de la Ley y en los artículos 39 a 48 de los Lineamientos, con las precisiones de este Capítulo.

Los plazos señalados en días se entenderán hábiles y los señalados en horas se computarán de momento a momento, en términos del artículo 5 de los Lineamientos. Para el cómputo se considerarán inhábiles los días previstos en el artículo 28 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

Artículo 25. Presentación. La Queja podrá presentarse en el domicilio de la Concesionaria, en el de la Persona Defensora o en el correo electrónico habilitado para tal efecto, dentro de los siete días hábiles siguientes a la emisión del Contenido, programa o Publicidad. Las notificaciones se realizarán por correo electrónico.

La Persona Defensora habilitará medios accesibles para las Audiencias

con Discapacidad. Artículo 2 tenidos no atribuibles a la

Concesionaria. Cuando la Queja se refiera a tiempos del Estado, tiempos fiscales o electorales, encadenamientos u otros Contenidos de transmisión obligatoria cuyo contenido no determina la Concesionaria, o a Contenidos

que ésta no transmitió, la Persona Defensora lo hará constar en su Determinación y orientará a la persona radioescucha o televidente sobre

la autoridad o el medio al que puede dirigirse.

Artículo 27. Datos personales. La Persona Defensora y la Concesionaria tratarán los datos personales recabados con motivo de las Quejas conforme a la legislación aplicable en materia de protección de datos personales en posesión de los particulares.

TRANSITORIOS

Primero. Respecto de los canales de programación señalados en la Hoja de Adhesión, este Código sustituye cualquier código de ética inscrito con anterioridad por la Concesionaria, a partir de la notificación de la constancia de inscripción.

Segundo. Las Personas Defensoras que se encuentren en funciones a la entrada en vigor de los Lineamientos concluirán el periodo para el cual fueron designadas, en términos del artículo Cuarto Transitorio de éstos.

ANEXO
HOJA DE ADHESIÓN AL CÓDIGO DE ÉTICA

I. Datos de la Concesionaria

Nombre o Denominación Social:

II. Canal de programación al que se aplica el Código (artículos 19 y 20, fracción II de los Lineamientos)

Distintivo de llamada	Frecuencia (Mhz)	Canal Virtual	Nombre Comercial
XHHP-FM	**97.5**	**NO**	**LA MAS PRENDIDA**

III. Identidad Programática (artículo 18, fracción V, de los Lineamientos):

Nombre: **LA MAS PRENDIDA 97.5 FM**
Tipo de Programación: Música Grupera, Ranchera e Información
Sitio web: http://ort.com.mx/la-mas-prendida-97-5-fm-xhhp/
Logotipo: Presente en la portada

IV. Misión y Visión: (artículo 18, fracción V, de los Lineamientos

Misión: **Ofrecer a las Audiencias contenidos de calidad, con veracidad, libertad editorial y respeto a la dignidad de las personas mediante la información y el entretenimiento.**

Visión: **Ser un medio confiable para las Audiencias destacando por la calidad, oportunidad y confiabilidad de sus contenidos.**

V. Persona Defensora designada:

Nombre: **Eli Manuel Ramírez Villaseñor**
Período: **27 de mayo de 2026 a 27 de mayo de 2019**
Nombre: **Fabiana Estrada Tena**
Período: **27 de mayo de 2026 a 27 de mayo de 2019**

VII. Declaración de Adhesión:

Victoria Radio Publicidad, S.A. de C.V., por conducto de su representante legal, adopta como propio el Código de Ética aprobado por el Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión en sesión del 27 de mayo de 2026, y se adhiere a él respecto del canal de programación señalado en esta hoja, en términos del artículo 253 de la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Ciudad Victoria, Tamaulipas a 28 de octubre de 2026.

C.P. Baldomero Jesús Zurita Martínez

Representante Legal