

CÓDIGO DE ÉTICA

Habiendo sido aceptado (a) como miembro de Fotógrafos Profesionales de la Ciudad de México se suscribe sin reserva alguna al siguiente Código de Ética Profesional y solemnemente acepta:

1. Poner todo su empeño en mantener una conducta respetuosa y digna en lo personal y la de sus representados (empleados), si los tuviere, así como la prestación de sus servicios, presentación personal y lugar de trabajo lo mismo que en su desempeño público y privado.
2. Comprometerse a observar el más alto nivel de **honestidad** en todas las transacciones, promociones y publicidad que realice, evitando totalmente el empleo de términos falsos engañosos, confusos o inexactos.
3. En todo tiempo estará obligado a producir su obra fotográfica de igual o superior calidad a las muestras que exhiba, poniendo además el mejor de los esfuerzos por proveer los mejores servicios de que sea capaz.
4. Contribuir a la permanente superación de la fotografía como profesión.
5. Mantener el más alto espíritu de colaboración, amistad y compañerismo para con los demás fotógrafos profesionales o quienes pretendan serlo, estando dispuesto a asistirlos en lo posible, cuanto sea necesario, compartiendo sus conocimientos y a la vez animándolos para que individual o colectivamente, sean mantenidas las más altas normas.
6. Evitar en todo momento la práctica o el uso de medios que provoquen la competencia desleal o injusta según lo determinen las Leyes Civiles de la Materia, Código de Comercio y Reglamentos respectivos, y la comisión de Honor y Justicia de FPCM.
7. Reconocer la **Autoridad** de esta Asociación así como a su mesa directiva y jerarquías de la misma para su buen funcionamiento.
8. Reconocer en el Consejo Directivo la autoridad para ejercer los estatutos, normas y códigos de ética, en los asuntos relacionados con esta Asociación.
9. Las fotografías que se obtengan durante los seminarios, talleres y adiestramientos son únicamente de uso personal y de carácter académico. (No será permitido que éstas se usen como publicidad, en internet, Books o cualquier otro medio publicitario, impreso o electrónico). Evitando así sanciones de la propia asociación según la cláusula sexta.

