



CONSEJO CIUDADANO DE RADIO UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO
ACTA CCRUG2020-02
SEGUNDA SESIÓN ORDINARIA DEL CONSEJO CIUDADANO DE RADIO
UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO CELEBRADA EL DÍA SÁBADO 19
DIECINUEVE DE DICIEMBRE DE 2020 –DOS MIL VEINTE-

Siendo las 10:00 –diez- horas del día 19 –diecinueve- de diciembre de 2020 – dos mil veinte-, se reunieron los integrantes del Consejo Ciudadano de Radio Universidad de Guanajuato de manera virtual a través de la plataforma digital Google Meet. La Sesión se efectuó conforme al siguiente orden del día:

1. Bienvenida.
2. Declaración del Quórum legal.
3. Remembranza resumida de las últimas reuniones, desde la primera reunión ordinaria del Consejo hasta la fecha.
4. Definición de las recomendaciones del Consejo Ciudadanos hacia la dirección de Radio UG.
5. Temas adicionales.

ASUNTOS GENERALES:

Para el punto 1 -uno- y 2 -dos- , en sesión privada, nos reunimos los Consejeros Ciudadanos de Radio UG, dando la bienvenida a todos los integrantes del consejo, de modo que fue posible declarar el quórum legal.

Para el punto 3 -tres- , tomó la palabra el presidente del consejo, el Dr. Raúl Azcué Pérez Gil para hacer una revisión resumida de las reuniones que tuvimos durante el año, de modo que fuera posible recopilar la información necesaria para pasar al siguiente punto del orden del día.

El punto 4 -cuatro-, con la participación de todos los consejeros, llegando a acuerdos de manera unánime, se compilaron los puntos más importantes que constituyen las recomendaciones que hace el Consejo Ciudadano a la dirección de Radio Universidad de Guanajuato.



En el punto 5 -cinco-, se acordó que se entregarán las actas firmadas de las sesiones ordinarias dentro de este año, de acuerdo a la reglamentación establecida. La sesión concluyó a las 12:00 -doce- horas con los siguientes

ACUERDOS:

CCRUG2020-02-01.- Establecimos un procedimiento para la integración de las actas formales de las reuniones ordinarias del Consejo Ciudadano de Radio UG para ser entregadas a la dirección de la radio antes de que finalice el año.

CCRUG2020-02-02.- Por acuerdo unánime, el Consejo Ciudadano de Radio UG, discutió y escribió algunas propuestas y observaciones para mejorar diferentes aspectos de la radio universitaria. En este acuerdo se compilan y explican dichas propuestas con el fin de que la dirección de Radio UG las pueda analizar y tomar en cuenta:

1) Radio UG es un ejemplo a nivel estatal.

Observamos durante los últimos meses al tratar de vincularnos con otras estaciones culturales, que Radio UG tiene una buena organización y estructura de manera general en todo. Al menos en el estado, quizá sea la única estación cultural que cumple cabalmente con las reglamentaciones que pide el IFETEL y por tanto es un ejemplo para los demás.

2) Activación del Consejo Ciudadano de Radio UG.

El Consejo Ciudadano de Radio UG se vinculará con otros consejos de otras estaciones de radio del país, con el fin de mejorar sus funciones a partir de reuniones y charlas con ellos. De esta manera el consejo de Radio UG también tendrá una actitud más activa. Se investigó un directorio básico para hacer los contactos en los próximos meses.

3) Profesionalización de los productores y locutores de la radio.

Observamos que los contenidos de la radio son muy buenos, pero hay elementos como la falta de conocimientos, especialmente entre los locutores, para que los contenidos se vuelvan más atractivos al oyente. Por ejemplo, el uso apropiado entre la voz oficial y de los locutores en algunos programas está ausente, pues el mismo locutor presenta el programa, la sección y luego hace los comentarios. Adicionalmente falta trabajar los elementos esenciales como velocidad, ritmo, intención, cadencia, gracia, elegancia, etcétera. La radio cultural no tiene por que ser *seria* o de estilo parco. Para todo lo anterior



proponemos iniciar con un curso gratuito y presencial que puede ser impartido por uno de los actuales consejeros junto con otro locutor, quienes tienen amplia experiencia en la locución, y que solicitan sólo el pago de viáticos para acudir a las instalaciones de Radio UG y dar los talleres.

4) Competidores contra Radio UG.

Analizamos diferentes elementos competitivos que contribuyen a disminuir la escucha de la radio:

a) **El Internet** es el principal medio de comunicación actual que reduce gravemente el uso de la radio. Las nuevas generaciones desconocen la radio porque el medio predilecto es el virtual. Es preciso hacer un esfuerzo porque el Internet se convierta en una herramienta para la radio y no en su competidor.

a) Los programas de radio no deben encauzar a los radioescuchas hacia el Internet (ejemplo: "visítanos en Facebook"), sino al contrario, promoviendo jerárquicamente desde la red de Internet el que se escuche a la radio.

b) La radio debe modernizarse para usar al Internet como una referencia y apoyo en la comunicación interactiva durante la programación, especialmente en los programas en vivo.

c) La creación de grabaciones (*podcasts*) que puedan ser escuchadas a través de Internet posteriores a su transmisión, deben ser promovidas mediante notificaciones en los teléfonos celulares a partir de suscripciones muy fáciles de gestionar a través de la página oficial y de la aplicación para celular.

d) La programación de Radio UG debe poder ser consultada con mucha facilidad desde la página oficial (actualmente no hay un vínculo desde ahí).

b) **Estaciones comerciales y estaciones piratas.** La radio comercial está presente de manera abundante en todas las frecuencias y ofrece contenidos atractivos para el público en general que compiten contra la radio cultural. También se ha observado la presencia de estaciones que transmiten de manera ilegal, sosteniendo su existencia en las bases que permiten que una radio comunitaria transmita. Sin embargo, dichas estaciones no tienen registro.

5) Ventajas competitivas de la radio:



La radio tiene fortalezas y elementos únicos que son ventajas sobre otros medios. Radio UG debe aprovechar esas condiciones favorables haciendo una planeación de su programación a partir de ahí y promover en todos los medios de comunicación a su alcance las cualidades que le son únicas (se enlistan jerárquicamente):

- a) **Transmisión en tiempo real y en vivo.** Deben crearse más programas que se transmitan en vivo y que permitan al público interactuar en tiempo real con el programa. La transmisión en vivo no es exclusiva de la radio, pero sí es una de sus más grandes fortalezas, por ello todos los noticieros o comunicaciones que requieren que el público se entere en el momento, tienen una referencia fundamental en la radio (hay programas que tenían esa cualidad y ya desaparecieron, por ejemplo: "Espacio del oyente").
- b) **Gratuidad.** La radio no cuesta, no consume datos ni causa cobros periódicos, no hay que registrarse para escuchar, es realmente pública y abierta.
- c) **Es unisensorial.** Sólo se ocupa el sentido del oído, los demás están libres; no ver ni interactuar, acciones demandados por el uso general del Internet y los teléfonos inteligentes, puede ser una ventaja que permite al público hacer otras cosas mientras escucha (ejemplo: manejar un vehículo; hacer otras actividades no auditivas).
- d) **Accesibilidad y facilidad de uso.** Casi todos los teléfonos celulares son un sintonizador de radio. Todos los vehículos poseen un radio. Los radios siguen presentes en todas partes y están a la mano, sólo hay que prenderlos y saber qué estación sintonizar.
- e) **Amplia cobertura.** Hay lugares en los que no hay otra forma de comunicación más que la radio la cual puede también cubrir grandes extensiones.

6) Aumentar el número de oyentes:

Radio UG tiene la ventaja de ofrecer contenidos distintos a la radio comercial. Tiene un público selecto y reducido, sin embargo ese público puede y debe ampliarse, especialmente entre las nuevas generaciones creando mecanismos que amplíen la participación:

a) **Estudiantes y comunidad universitaria.**

Creación de un sistema de participación estudiantil a partir de retos y remuneraciones para contribuir con contenidos para la radio creados por ellos, que puedan ser difundidos por ahí con algún tipo de estímulo



de bajo costo (por ejemplo premiar con un libro y reconocimientos) y filtrado por un comité de jueces que garanticen que sean contenidos de calidad. La publicación radiofónica de lo que hagan es también un estímulo en sí mismo en tanto que puede hablar del trabajo de los mismos participantes.

b) Atraer al público en general.

- Más transmisiones en vivo que incluyan la interacción constante con el público para que éste se interese.
- Ampliar los mecanismos para recibir opiniones y comentarios de la audiencia a través de la página oficial y que puedan ser revisadas fácilmente, que se encuentren muy visibles en la página principal. La radio se escucha, pero debe escuchar también.
- Cuidar mucho los horarios para que los programas sean adecuados al interés del público que escucha en ese momento (ejemplo: cuentos para niños entre semana a las 9:00am no son pertinentes).
- Enriquecer la programación musical con explicaciones históricas o anécdotas interesantes acerca de la pieza musical que se está escuchando. Eso lo hacen muy pocas estaciones de radio.
- La radio también es un retorno de las contribuciones económicas que hace el pueblo para la existencia de la Universidad de Guanajuato y de Radio UG, por lo que tiene derechos, para opinar, para ser tomada en cuenta y para participar. Poner atención a esos derechos.
- El radioescucha espera de la radio cultural de la UG: un equilibrio entre la programación de música culta, de carácter no comercial, y los contenidos de análisis o información que no aparecen en otros medios.

7) Promoción y publicidad.

Es fundamental que la radio se promocióne en todos los medios posibles.

- a) Cada evento promocionado por la Universidad de Guanajuato que se dé a conocer por medio de algún cartel o panfleto, puede tener una referencia impresa hacia un programa de radio que pueda ser relacionado con el evento, o que sea explícitamente diseñado para el



evento. Por ejemplo: las audiciones de la OSUG pueden tener impreso en sus programas una referencia hacia el programa "Conciertos FIC".

- b) Hacer una campaña promocional constante y dirigida al público específico de la radio cultural por medios adicionales al propio de la radio (medios impresos y digitales), para que la gente se entere de su existencia y contenidos. Incluir en la promoción las ventajas de la radio respecto a otros medios.
- c) Radio UG debe ser proactiva en investigar lo que el público quiere y busca en una radio cultural (mediante la aplicación de encuestas y entrevistas) y a partir de lo investigado, modificar su programación.

8) La pandemia es una oportunidad para la radio.

- a) El periodo de pandemia debe ser visto como una oportunidad para la radio. La gente está más tiempo en su casa y tiene más oportunidad de escuchar. Este es un momento que debe ser aprovechado.
- b) No hay porqué disminuir la producción y comenzar a repetir programas en estos momentos. En esta época la radio permite ser parcialmente producida desde la casa, de modo que los productores y locutores pueden seguir generando contenidos desde sus casas. Así lo hacen actualmente algunos programas en la radio comercial, como por ejemplo los noticieros que hacen entrevistas virtuales; los trabajadores de la radio que realizan reportajes a partir de la información digital.

9) Página de Radio UG

- a) Ocasionalmente la página tarda mucho en cargar (pruebas con navegador Safari) y no tiene certificado de seguridad.
- b) Falta un lugar para que el público opine y que sus opiniones sean visibles también para el mismo público (ejemplo: evaluaciones rápidas de me gusta o no me gusta; área de comentarios; etc.).
- c) Se requiere una liga directa y muy visible a la sección de contacto, además del directorio.
- d) La liga de "Directorio" en el menú inferior no funciona en todas las páginas.
- e) No hay un vínculo que lleve a la programación de Radio UG.
- f) No hay un procedimiento simple para suscripciones y notificaciones al teléfono celular.



- g) La página debe tener una encuesta permanente para saber qué quiere el oyente y cómo se puede mejorar su programación a partir de sus sugerencias.

10) Comentarios a partir de la revisión del sitio del IFT "Somos Audiencias".


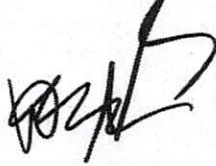

Observaciones sobre los lineamientos actualizados en la página del Instituto Federal de Telecomunicaciones respecto a las audiencias y la relación con nuestro papel como Consejo Ciudadano de Radio Universidad de Guanajuato.

1. Pese a que la página de Radio Universidad de Guanajuato posee un enlace a los contenidos referentes a los derechos de las audiencias en: MECANISMOS PARA ASEGURAR LA INDEPENDENCIA EDITORIAL, DEFENSA DE CONTENIDOS, GARANTÍAS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, RENDICIÓN DE CUENTAS Y TRANSPARENCIA; Y FINANCIAMIENTO DE RADIO UG. Se ha hecho una **comprobación** de que los lineamientos y la información estén al corriente y actualizados con respecto a los que se encuentran descritos en <http://somosaudiencias.ift.org.mx/>.
2. **Se comprobó** también, que en la página del IFT se encuentra en orden y en registro el nombre y el contacto del defensor de audiencia de Radio UG.
3. De igual manera **se corroboró** que los códigos de ética que están disponibles en la página del IFT también estén enlazados o expuestos en la página de Radio UG.
4. Es importante **que hemos comprobado** que en la página de Radio Universidad de Guanajuato se encuentre el vínculo a los procedimientos para dirigirse a las defensorías de audiencias como lo marca el IFT.
5. La página del IFT menciona los sistemas de alfabetización mediática e informacional. Sería interesante que Radio Universidad de Guanajuato contara con algo similar o relacionado. En todo caso se podría **proponer** a través de algún contenido radiofónico o multimedia.
6. Es importante que se tome más en cuenta el centro de documentación de la página del IFT, ya que ahí existen diversos estudios sobre estadísticas y comportamientos relativos a las audiencias que servirían para **comparar y proponer** lo necesario en cuanto al funcionamiento y alcance de la programación de Radio UG.
7. La página del IFT se actualizó en cuanto a lenguas indígenas reconocidas en el país como oficiales. Por lo que **se sugiere** que en



Radio UG también se haga lo mismo respecto a las lenguas que se encuentran en el perímetro de la señal como puede ser la lengua otomí, náhuatl, etcétera, de acuerdo con el número de hablantes que se encuentren en el área.

8. Finalmente **incidir** en que algunos locutores de Radio UG no poseen el dinamismo y la dicción correcta para conducir los programas. Esto debería solucionarse a través de cursos de capacitación o en **contratación de nuevos locutores.**

Nombre:	Firma:
Mtra. Ángela Olivia Vela Pavón	
Dr. Walter Octavio Arias Estrada	
Lic. Juan José De Giovannini Saldívar	
Augusto Manriquez	
Dr. Raúl Azcué Pérez Gil	