



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

“El liderazgo femenino y percepción de género en las radios universitarias”

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación

AUTORA:

Susana Belén Erazo Torres

TUTOR:

Mg. Jenny de los Ángeles Proaño Zurita

Ambato – Ecuador

2022 – 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutora del Trabajo de Investigación sobre el tema “EL LIDERAZGO FEMENINO Y PERCEPCIÓN DE GÉNERO EN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS” de la Srta. Susana Belén Erazo Torres portadora de la cédula 1750207746, egresada de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencia Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que el trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 10 de febrero del 2023

Lo certifico



Mg. Jenny De Los Angeles Proaño Zurita

CI 1713480661

Tutora

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios y datos manifestados en el proyecto de investigación: “EL LIDERAZGO FEMENINO Y PERCEPCIÓN DE GÉNERO EN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS” así como también los análisis, pensamientos y conclusiones emitidos son responsabilidad de la autora.

Se autoriza su reproducción parcial siempre que estén sujetas a las condiciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando los derechos de mi autoría y sin ser utilizadas con fines de lucro.

Ambato, 10 de febrero del 2023



Susana Belén Erazo Torres

C.I. 1750207746

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Susana Belén Erazo Torres, en calidad de autora del proyecto de investigación en el tema: “EL LIDERAZGO FEMENINO Y PERCEPCIÓN DE GÉNERO EN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS” cedo los derechos patrimoniales de mi tesis y autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de esta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución., con fines estrictamente académicos o de investigación, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica. Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor.

Ambato, 10 de febrero del 2023



Susana Belén Erazo Torres

C.I. 1750207746

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

Los miembros del tribunal de grado APRUEBAN el proyecto de investigación sobre el tema: “EL LIDERAZGO FEMENINO Y PERCEPCIÓN DE GÉNERO EN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS” presentado por la Srta. Susana Belén Erazo Torres de conformidad con el reglamento de graduación para la obtención del título de tercer nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,.....del 2023

Para constancia firman:

.....

PRESIDENTE

.....

Miembro del Tribunal

.....

Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

A mi abuelita Elisa, tú me pusiste las bases y me impulsaste a volar, gracias por enseñarme a ver el mundo a través de tus ojos, con tenacidad, pero sin perder la ternura del alma, cada paso que doy siempre lleva tu nombre.

A mis padres y a mi hermana, por regalarme las ganas de comerme el mundo y asegurarse de que sea feliz mientras lo hago. Gracias por confiar en mis sueños y por sujetarme la mano en cada proceso y decisión que tomo.

A mi persona, por darle volumen a mis días, con ciertos baches, pero siempre al aire, gracias por alivianar mi vida.

Trucksy

AGRADECIMIENTO

A mis papás, gracias por aprender a quererme en cada una de mis versiones, por permitirme soñar y estar listos para soñar conmigo.

A mi hermana, gracias por siempre ser paz y juegos. Realmente yo no sería yo si tú no estuvieras aquí, conmigo, compartiendo vuelos sin importar el cielo.

A mis amigas, gracias por ser mujeres imponentes y sin miedo a hablar en voz alta. Tenerlas en mi vida significa siempre regresar.

A la Radio y su magia, gracias por ser para mí, por cambiarme los planes y compartirme su mundo. A mis amigos, que se convirtieron en familia, gracias por siempre descubrir lo mejor de mí, por regalarme un hogar y verme crecer.

Trucksy

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

| | |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| PORTADA..... | i |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN..... | iii |
| DERECHOS DE AUTOR..... | iv |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO..... | v |
| DEDICATORIA..... | vi |
| AGRADECIMIENTO..... | vii |
| INDICE GENERAL DE CONTENIDOS..... | viii |
| INDICE DE TABLAS..... | x |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | xi |
| ABSTRACT..... | ii |
| CAPÍTULO I | |
| I. MARCO TEÓRICO..... | 1 |
| 1.1. Antecedentes Investigativos..... | 1 |
| 1.1.1. El mundo mediático..... | 6 |
| 1.1.2. La mujer y los medios..... | 6 |
| 1.1.3. La mujer reflejada en los medios..... | 9 |
| 1.1.4. La mujer líder..... | 10 |
| 1.1.5. La Teoría de la Congruencia de rol de Género y Liderazgo..... | 15 |
| 1.1.6. La comunicación encaminada al cambio social..... | 17 |
| 1.1.7. ¿La radio para qué?..... | 19 |
| 1.1.8. La mujer en la radio..... | 20 |
| 1.1.9. Las radios universitarias..... | 23 |
| 1.2. Objetivos..... | 24 |
| 1.2.1. Objetivo General..... | 24 |
| 1.2.2. Objetivos Específicos..... | 24 |
| CAPÍTULO II | |
| II. MARCO METODOLÓGICO..... | 25 |
| 2.1. Materiales & recursos..... | 25 |
| 2.2. Materiales..... | 25 |
| 2.3. Recursos humanos..... | 25 |
| 2.4. Recursos tecnológicos..... | 25 |
| 2.5. Métodos..... | 26 |
| 2.6. Técnicas e instrumentos..... | 29 |
| 2.7. Unidad de análisis..... | 29 |
| 2.8. Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM..... | 30 |
| 2.8.1. Antecedentes y creación:..... | 30 |
| 2.9. UTC Radio 102.9 FM..... | 31 |

| | |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.9.1. Antecedentes y creación: | 31 |
| 3. Entrevista de investigación | 31 |
| 3.1. Cuestionario entrevista | 32 |
| CAPÍTULO III | |
| III. RESULTADOS Y DISCUSIONES..... | 34 |
| 3.1 Análisis previo | 34 |
| 3.2. Estructura organizativa | 34 |
| 3.2.1 Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM | 34 |
| 3.2.2. UTC Radio 102.9 FM..... | 36 |
| 3.3. Programación..... | 38 |
| 3.3.1. Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM | 38 |
| 3.3.2. UTC Radio 102.9 FM..... | 39 |
| 3.4. Perspectiva de género en la programación & conducción | 40 |
| 3.6. Análisis y discusión de los resultados..... | 42 |
| CAPÍTULO IV | |
| IV. CONCLUSIONES..... | 61 |
| 4.1 Conclusiones..... | 61 |
| ANEXOS..... | 65 |
| Anexo 1. Transcripción de entrevistas..... | 65 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 79 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Tesis e investigaciones de los antecedentes investigativos..... | 3 |
| Tabla 2 Organización interna del recurso humano Radio Primicias de la Cultura ... | 35 |
| Tabla 3 Organización interna del recurso humano UTC Radio | 36 |
| Tabla 4 Programación Radio Primicias de la Cultura hasta diciembre 2022..... | 38 |
| Tabla 5 Programación UTC Radio 102.9 FM hasta diciembre 2022 | 39 |
| Tabla 6 Características masculinas y no femeninas para un cargo gerencial..... | 46 |

RESUMEN EJECUTIVO

Desde la aparición de los sistemas de comunicación hasta la actualidad, el mundo mediático es uno de los principales entes generadores de ideologías de género en las audiencias. Es así que, los avances tecnológicos permiten que estos espacios de difusión se conviertan en entornos donde se comparten distintas perspectivas de género acerca del rol de la mujer y del hombre, pensamientos consecuentemente expuestos en las dinámicas de trabajo entre los y las profesionales de la Comunicación. A partir de estos espacios surge el rol de la academia en la fomentación del ámbito teórico y práctico de los futuros profesionales. Es así que la presente investigación gira en torno a la identificación de estas dinámicas de género y percepción de la mujer vista desde una perspectiva de líder, ocupando cargos gerenciales y de toma de decisiones, todo este conglomerado de ideologías es analizado a través de las Radios Universitarias: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM. Por medio de la aplicación de una metodología cualitativa se exponen detalladamente, los criterios de locutores y locutoras quienes se encuentran laborando en ambas emisoras universitarias. Las entrevistas realizadas con seis profesionales de la locución permitieron discutir diversas posturas de género, liderazgo femenino, el rol de la mujer en la radio y las dinámicas expuestas en las estaciones radiales. Finalmente, se establecen conclusiones relacionadas al actual empleo de discursos patriarcales en los medios de comunicación, la perspectiva de una mujer quien se mantiene en el mundo privado aun estando en el mundo público, como es el de los medios y el establecimiento de un entorno laboral con perspectiva de género.

Palabras claves: género, mujer, liderazgo, radio, medios de comunicación, entorno laboral.

- *La **Radio**, efectivamente, tiene nombre de **mujer***

ABSTRACT

From the emergence of communication systems to the present, the media world is one of the main generators of gender ideologies in audiences. Thus, technological advances allowed these spaces of diffusion to become environments where different perspectives of gender about the role of women and men are shared, thoughts consequently exposed in the dynamics of work between the professionals of the Communication. From these spaces arises the role of the academy in the promotion of the theoretical and practical field of future professionals. Thus, the present research revolves around the identification of these gender dynamics and perception of women seen from a leadership perspective, occupying managerial and decision-making positions, all this conglomerate of ideologies is analyzed through University Radios: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM and UTC Radio 102.9 FM. Through the application of a qualitative methodology, the criteria of announcers who are working in both university stations are exposed in detail. The interviews conducted with six voice-over professionals allowed us to discuss different positions on gender, female leadership, the role of women in radio and the dynamics exposed in radio stations. Finally, conclusions are drawn regarding the current use of patriarchal discourses in the media, the perspective of a woman who remains in the private world even in the public world, such as the media and the establishment of a work environment with a gender perspective.

Key words: gender, women, leadership, radio, media, work environment.

- *The **Radio**, indeed, has a woman's name*

CAPÍTULO I

I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes Investigativos

Para el desarrollo teórico y metodológico del presente trabajo fueron consideradas principalmente seis investigaciones; tres tesis y tres artículos científicos, debido a su basta fundamentación teórica y conceptual, el vigor de su trabajo investigativo y las temáticas sujetas a cada estudio, mismas que resultaron sustanciales en la contextualización del presente proyecto. A continuación, se detallan los trabajos seleccionados, de acuerdo al título, autor/autora, institución, año de publicación, categoría del estudio y, por consiguiente, sus aportes al desarrollo de un liderazgo femenino, en torno a la mujer, sus espacios, estereotipos patriarcales en los medios, la congruencia de roles del prejuicio hacia las mujeres líderes y el rol de la mujer en la radio.

| Título | Autor/Autora | Institución | Año | Categoría | Link |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Teoría de la congruencia de roles del prejuicio hacia las mujeres líderes. | Alice Eagly, H., Steven J. Karau | Asociación Estadounidense de Psicología | 2005 | Tesis | https://etd.ohiolink.edu/apexprod/rws_etd/send_file/send?accession=xavier1385388045&disposition=inline |
| La imagen de las mujeres en la era de la comunicación | Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez | Universidad de Sevilla | 2009 | Artículo científico | https://idus.us.es/handle/11441/12822 |
| Mujeres y Espacios | Coral Cuadrada | Universitat Rovira i Virgili | 2011 | Artículo científico | file:///C:/Users/hp/Downloads/388896-Text%20de%20l'article-562762-1-10-20210615%20(2).pdf |
| Mujeres sin poder en los medios de comunicación Exclusión de las periodistas de los cargos directivos de la empresa informativa (Tesis) | Elena Criado Calero | Universitat Jaume I | 2012 | Tesis | https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/117582/TFM_2012_criadoE.pdf?se |

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social | Virginia García Beaudoux | Universidad de Buenos Aires; Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano | 2014 | Artículo científico | https://revistas.unal.edu.co/index.php/cienciapol/article/view/52305 |
| Diseño de una propuesta de radio con perspectiva de género para la Universidad Andina Simón Bolívar como estrategia contrahegemónica frente al androcentrismo mediático | Ana Gabriela Guzmán Jiménez | Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador | 2021 | Tesis | http://hdl.handle.net/10644/8183 |

Tabla 1

Nota: Elaborada por Belén Erazo

Tesis 1. La investigación de Alice Eagly, H. y Steven J. Karau (2005) establece el concepto de la Teoría de la congruencia de roles del prejuicio hacia las mujeres líderes planteando como punto de partida el origen de estos prejuicios a raíz de las características percibidas por las personas acerca de la mujer y los requisitos que se le exigen a un líder.

El estudio toma como base a la Teoría del rol social previamente planteada, donde se analiza los roles de género, conductas y diferencias sexuales. Alice Eagly, H. y Steven J. Karau (2005) postulan que existe una relación de prejuicios en contra de la mujer en cargos gerenciales, debido a las expectativas y conceptos preconcebidos por las personas de un líder en competencia con sus ideales de la mujer adaptada a estos constructos.

Artículo 1. Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez (2009) en su indagación realizan un aporte significativo acerca de la mujer vista desde el mundo mediático. Los diferentes medios de comunicación construyen roles de género y estereotipos acerca de la mujer desde la narrativa expuesta en los productos audiovisuales y radiales.

Además, insertan el concepto de ¿Qué es ser mujer? y género en lo que se refiere a la historia, sociedad y cultura. En definitiva, vivimos en la era de la comunicación, por ende, resulta importante promover la búsqueda de la identidad de la mujer desde sus diferencias, deslindada de todo estereotipo patriarcal y encaminada al cambio social.

Artículo 2. La perspectiva planteada por Coral Cuadrada (2011) en su estudio insiste en la redefinición de la identidad de la mujer, vista desde los espacios en donde se ha venido desarrollando con el pasar de las generaciones. Coral Cuadrada (2011) analiza la disparidad entre hombres y mujeres en cuanto al desempeño del hombre en la esfera pública y la mujer en la esfera privada.

Asimismo, se manifiesta la evolución de la situación de espacio en relación al concepto de género a partir del siglo XIX con la revolución industrial y las actividades dirigidas a hombres y mujeres de acuerdo a sus roles preestablecidos. Por ello, los estudios de género son examinados desde distintas corrientes y temporalidades de tiempo.

Tesis 2. En relación con la mujer periodista y su exclusión de cargos directivos Elena Criado Calero (2012) en su trabajo de investigación discute acerca del aporte de la mujer en el quehacer periodístico, la flemática instauración de una perspectiva de género en los medios de comunicación y las posibles causas que alejan a las mujeres de los cargos de mando.

De la misma forma, cuestiona las dinámicas laborales existentes en los medios de comunicación frente a un liderazgo femenino y la autocensura de la mujer, donde se exponen los conceptos de “techo de cristal” (barrera invisible que impide a las mujeres calificadas para un cargo gerencial acceder al mismo por subjetividades y estructurales patriarcales) dando como consecuencia el “techo de cemento” (normas impuestas por las mismas mujeres al no aceptar un cargo directivo por considerar que no son aptas).

Artículo 3. Virginia García Beaudoux (2014) en su investigación retoma la idea de la televisión como ente generador de ideologías. Se analiza el papel de los medios de comunicación en la percepción de la realidad social y la desconfianza puesta en el trabajo de las mujeres como líderes, principalmente en cargos políticos.

En este caso, se manifiesta el concepto de “precipicio de cristal” al momento de posicionar a una mujer en un cargo directivo, con el objetivo de poner en evidencia un liderazgo precario con mayores probabilidades de fracasar a diferencia de un hombre directivo.

Asimismo, Virginia García Beaudoux (2014) menciona la técnica del reencuadre de la comunicación, donde se evidencian los estereotipos preconcebidos, alterando su significativo al presentarlos en otra realidad a fin de concientizar el cambio social.

Tesis 3. Finalmente, Ana Gabriela Guzmán Jiménez (2021) en su trabajo de investigación presenta el diseño de una propuesta de radio con perspectiva de género. La autora busca establecer un espacio de participación activa de la mujer desde un enfoque académico y apartado del discurso androgénico mediático.

De igual forma, se discute la realidad de las radios universitarias en el Ecuador, los nuevos imaginarios y la presencia de la mujer. Ana Gabriela Guzmán Jiménez (2021)

postula tres aristas causales de la desigualdad en los medios entre hombres y mujeres; la concentración de propiedad de medios a cargo de hombres, los impedimentos a los que se enfrentan las mujeres en su camino a adquirir un cargo gerencial y la representación de las mujeres en la programación mediática, así como de sus intereses.

1.1.1. El mundo mediático

El ser humano al considerarse un ente social tiene la necesidad de intercambiar mensajes de manera continua, sentimientos, emociones y criterios acerca del entorno que lo rodea. Tanto emisor como receptor se encuentran condicionados por diversos canales de diálogo, mismos que habilitan la opción de comunicarse, pero también establecen normas de comunicación, límites de conexión y dependiendo el entorno, hasta sus dinámicas sociales.

Además, de ser el trato entre dos personas, la transmisión de señales, el medio que se usa para la comunicación, un anuncio oficial, los correos, teléfonos o internet, así como las uniones entre dos lugares a través de pasos, vías, canales o puentes.

En definitiva, hablar de comunicación es hablar de los medios tradicionales y claramente de las diversas plataformas de información que han surgido con la evolución tecnológica. Es así que, el inmenso mundo de la prensa condiciona nuestra manera de ver el mundo y la forma en la que nos relacionamos con los demás.

Los noticieros transmitidos desde altas horas de la mañana, las conversaciones radiales sintonizadas en los diferentes medios de transporte, así como cada imagen posteada en redes sociales repercuten en la vida cotidiana de mujeres y hombres. Existen más de 7 mil millones de personas en el planeta, separados por diferentes continentes e inmersos en distintas actividades, lo que dificulta que se comuniquen entre sí, sin embargo, lo hacen.

1.1.2. La mujer y los medios

La Real Academia Española (RAE) conceptualiza al paternalismo como la “Tendencia a aplicar las formas de autoridad y protección propias del padre en la familia

tradicional a relaciones sociales de otro tipo; políticas, laborales. En función de lo planteado, a lo largo de la vida de una mujer la sociedad tiende a utilizar esta figura paternalista. La mujer es ubicada en un pedestal de logros y exigencias académicas, siempre y cuando se desenvuelva en un ambiente escolar promedio, a diferencia de la mayoría de varones quienes son considerados como menos aptos para la vida estudiantil.

No obstante, las imposiciones disminuyen con el salto al mundo laboral. De allí que, resulta contradictorio que por años una mujer se sienta presionada por cumplir los parámetros de una vida académica exitosa, empero, al llegar a un puesto laboral sus expectativas de crecimiento se vean opacadas frente al nivel de oportunidades brindadas al colectivo de varones.

May Ortega, orientadora educativa (2003) apoya a que existe el cofactor educativo, puesto que, en el mundo hay alrededor de 875 millones de personas analfabetas; de ellas, las dos terceras partes son mujeres. Por ende, la mayor cantidad de mujeres estarían doblemente suprimidas, sin acceso a recibir una preparación académica equitativa y con un futuro entorno donde se comulga la invisibilización de sus logros.

Está claro que el discurso manejado en las aulas gira alrededor del hombre como personaje principal. Por ende, es común escuchar de grandes exponentes de la historia, quienes a través de sus vidas marcaron hitos visibles hasta la actualidad. No obstante, en su gran mayoría los relatos se centran en descubrimientos, anécdotas, logros y derrotas de los hombres en la historia.

Es así que, la enseñanza de estos roles posiciona a la mujer en un puesto de desventaja y consecuentemente inferior. El hecho de invisibilizar a las mujeres en la historia conlleva a sugestionar estereotipos masculinos y femeninos en cada aspecto de la vida social, lo que sin lugar a dudas demuestra el poco valor que se le da a la enseñanza como principal factor en los comportamientos de las personas en relación con su perspectiva de género.

La escritora y activista Victoria Sau (2000) conceptualizó a este enfoque como *Androcentrismo*, el hombre como medida de todas las cosas. Una perspectiva

distorsionada donde la agenda del hombre resulta ser la que establece la validez de un acontecimiento y sus resultados son normativas para la generalidad de los individuos. En otras palabras, mujeres y hombres captan lo plasmado en libros y cuentos como la verdad absoluta.

Considerando como punto de inicio la educación, el ser humano no adquiere conocimientos netamente en un aula de clase. Existen diversas fuentes de información primarias y secundarias tales como; bibliotecas físicas, bibliotecas virtuales, buscadores web, CDs, DVDs, periódicos, revistas, entre otros formatos. En este sentido los medios de comunicación tradicionales y modernos están prestos a influir en la opinión ciudadana y toma de decisiones. El educador Mario Kaplún (1978) sostiene lo siguiente:

El clásico concepto de que el individuo se educa solamente durante los años de infancia y adolescencia y solo recibe su educación en las aulas y en los claustros, ha sido sustituido por la concepción de educación permanente: la persona se está educando siempre, toda su vida, a lo largo de un proceso que abarca toda clase de situaciones y de estímulos. El niño no solo se educa al recibir conocimientos formales y sistemáticos en el banco de la escuela, sino que se educa también en el hogar, en la calle, jugando con sus amigos, escuchando a su madre el cuento de "Caperucita Roja", oyendo radio, mirando televisión. Ya está recibiendo estímulos educativos cuando, a los tres años o acaso aun antes, sus padres lo sientan ante el televisor' 'para que se entretenga" mirando dibujos animados de Tom y Jerry (p. 22).

Es así que, en tiempos pasados parecería incensario pensar como lo impartido en un aula de clase, el contenido de un programa de televisión o la publicidad radial que forman parte de una rutina cuentan con un inmenso peso simbólico. Además, de la capacidad de direccionar mentes humanas y persuadir en la manera que vemos el mundo y al otro. Sin embargo, los seres humanos van creciendo y desde su perspectiva de género se desarrollan dentro de una sociedad donde la mayoría de tiempo repiten patrones previamente establecidos.

1.1.3. La mujer reflejada en los medios

A partir de lo planteado, si los medios de comunicación son posicionados como un aula reguladora de ideologías y expectativas sociales impuestos en mujeres y hombres. Se llega a la conclusión de la enorme influencia de los estereotipos de la mujer vista como figura relegada a espacios y círculos sociales limitados, mismos que también inciden en la toma de decisiones dentro del ámbito laboral.

Las expresiones vertidas en los contenidos transmitidos a través de las diversas plataformas mediáticas van desde la asignación de la mujer en espacios internos como el hogar, relacionándola con actividades encaminadas al cuidado familiar, su rol de madre, tía, hermana y amiga, impuesta en situaciones de vinculación emocional y sumisión. Además de la hipersexualización de la mujer en medios publicitarios, campañas de marketing y guionaje. Beaudoux, V. G. (2014) lo estudia desde la siguiente visión:

Los personajes y las historias repetitivos, tanto de la realidad como de la ficción, a los que los medios nos exponen desde la infancia tienden a reforzar la idea de que el liderazgo es masculino, que las mujeres que son buenas liderando es porque se comportan como varones, y que las mujeres líderes que no se comportan masculinamente carecen de inteligencia emocional, dado que sus emociones las interfieren y les hacen perder racionalidad y capacidad de liderazgo (p.61).

De esta manera, los estereotipos patriarcales presentados en los medios de comunicación contribuyen a la reproducción de comportamientos y situaciones de inequidad y peligro especialmente para las mujeres, frente a lo expuesto “profesionalmente” en páginas, pantallas y audios radiales. Las mujeres son relacionadas directamente a una administración emocional y de comparación con los modelos de liderazgo masculinos.

Cabe resaltar, que a través de los protocolos y convenios a favor de la erradicación de contenidos mediáticos que promuevan estos estereotipos violentos, no se busca

desprestigiar o desvalorizar a la mujer que se desenvuelva en espacios privados y públicos, no obstante, es de suma importancia quitar el sesgo de la mujer que nace, crece y se mantiene estática en espacios de menor individualización, socialización y aprendizaje externo. Así lo sostienen las autoras Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez (2009):

La imagen de la mujer y del hombre en los medios de comunicación todavía no refleja la pluralidad de papeles y funciones que ambos desarrollan en la sociedad actual, incluso hay secciones donde la invisibilidad de las mujeres queda latente. Uno de los factores que inciden en este hecho es su escasa presencia como fuente informativa (p.442).

De esta forma, las mujeres cumplen dos papeles en los medios; un rol publicitario y visual netamente de estigmas físicos y, por otra parte, el rol detrás de cámaras, donde sus oportunidades de crecimiento se ven limitadas y su accionar periodístico es desacreditado. Sin mencionar todavía, el daño causado a mujeres y hombres a partir del consumo de programas televisivos y radiales que fomentan una cultura machista y violenta.

1.1.4. La mujer líder

En efecto, hablar de la mujer líder es comprender el trasfondo de su lucha a lo largo de los años. Evidentemente, la reivindicación de derechos y construcción de un entorno social equitativo para mujeres y hombres ha sido el resultado de múltiples batallas ideológicas y tangibles. Es así que, miles de mujeres comprometidas con visibilizar las necesidades, aspiraciones y opiniones de sus pares empezaron una revolución por y para la mujer.

Definir al Feminismo desde la perspectiva del patriarcado es implantarlo como la idea de una mujer con los mismos derechos y capacidades que un hombre. Ahora, a pesar de contar con una infinidad de conceptos, el Feminismo es un movimiento social y político que supone la toma de conciencia de la mujer frente a la opresión y explotación

del colectivo masculino, donde el objetivo es la liberación de la mujer frente a toda imposición social, económica, cultural y política.

En la medida que los movimientos sociales van tomando fuerza y comienzan a ser escuchados, los cambios son más latentes en la sociedad. La reivindicación de la mujer constituye un largo camino de protestas sociales, vidas perdidas, luchas ideológicas y muchas puertas cerradas.

Como es el caso de la académica Mary Beard (2018) quien en su afán de esclarecer la relación entre la mujer y el poder menciona que su madre, una brillante directora de escuela “A menudo se sentía frustrada porque sus opiniones y su voz no se tomaban lo suficientemente en serio, y pese a que se habría sentido desconcertada ante la metáfora «techo de cristal», era muy consciente de que cuanto más ascendía en la jerarquía de su carrera, menos rostros femeninos veía” (p.10).

En cuanto al Ecuador, el proceso de reconocer la presencia de mujeres referentes en la historia da inicio en la década de los 90. A través de la creación de espacios de debate políticos y sociales liderados por mujeres, la escritora ecuatoriana Martha Moscoso (2009) analiza tres momentos importantes en este proceso;

El primero es hablar de la mujer como sujeto histórico a quien la historia se proponía volver visible, reconocer su presencia frente a la ausencia determinada por la historia tradicional. Una segunda tendencia en esta década fue reconocer a las mujeres en sus relaciones con otras mujeres, con los hombres y con los diferentes procesos de la sociedad. En un tercer momento se empezó a recuperar la categoría de género y se iniciaron los estudios históricos con un enfoque en las relaciones de género (p.18).

Desde un contexto histórico la primera mujer ecuatoriana que incursionó en el campo periodístico fue Zoila Ugarte de Landívar, quien en 1890 empezó a escribir y en 1905 fundó la revista feminista *La Mujer*, una plataforma dirigida a mujeres poetas, narradoras, e ideólogas del feminismo donde se discutían temas de derechos por y para las mujeres.

Es cierto que el Feminismo transformó la mentalidad de un gran número de personas, sin embargo, la oratoria femenina requiere un mayor nivel de atención. El manejo de un discurso de igualdad en derechos y oportunidades para la mujer supone un cambio en todos los ámbitos donde un ser humano pueda desenvolverse libremente.

Se plantea entonces la problemática de ausencia de oratoria femenina existente en el ámbito de la comunicación y la escasez de espacios de dialogo sobre temáticas de género difundidas en los diversos espacios educativos y mediáticos. La situación de la mujer líder depende de varios factores y personajes, no es una problemática aislada o netamente de responsabilidad de la mujer y de la validez de sus capacidades de acuerdo a su trayectoria profesional.

Por consiguiente, entender a las mujeres y hombres desde su individualidad, promueve un entorno con libertad de expresión, contextualizando esto como un medio de comunicación que no elimina del discurso público y privado a las mujeres y que permite establecer entornos de trabajo más equívocos, armoniosos y en constante desarrollo. Es así que, las mujeres que ocupan cargos de liderazgo demandan un ambiente laboral donde se respeten sus criterios y decisiones como un ser humano inalienable.

En cuanto a la perspectiva de género la antropóloga Marcela Lagarde (2018) sostiene que “Permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. La perspectiva de género analiza las posibilidades vitales de las mujeres y los hombres; el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones” (p.02).

Con respecto al liderazgo, es común escuchar esta palabra en distintos aspectos, especialmente sociales, puesto que, hace referencia a la parte vital de todo tipo de proceso. El llamado “buen liderazgo” es fundamental al momento de dirigir un determinado grupo de personas hacia un objetivo en conjunto.

Existen diversos tipos de liderazgos y estrategias al encaminar a un equipo de trabajo. Perles, G., & Santiago, M. (2000) mencionan que los modelos de liderazgo más

latentes giran en torno al liderazgo carismático, liderazgo de rasgo, liderazgo situacional y liderazgo relacional.

Siendo el carismático quien crea vínculos afectivos con sus seguidores, por otra parte, el líder de rasgo heroico considerado el más capaz con cualidades innatas, así como el líder situacional quien se adapta a los factores externos del contexto y finalmente el liderazgo que combina las teorías del rasgo con los modelos circunstanciales, donde ambas partes se ven beneficiadas.

Las mujeres líderes demuestran un estilo de trabajo, en palabras de ONU Mujeres (2020) “Más colectivo que individual, más colaborativo que competitivo y más orientativo que imperativo” (p. 04). El trabajo desarrollado por las mujeres que ocuparon cargos de liderazgo a lo largo de la pandemia COVID19, esta letal enfermedad que hasta la actualidad presenta más de seis millones de muertes a nivel mundial, además de modificar el estilo de vida de las personas, significó un reto de gran magnitud para los mandatarios de cada nación.

En un estudio presentado por ONU Mujeres (2020) se dieron a conocer resultados excepcionales sobre el manejo de la pandemia desde un gobierno con óptica de mujer como jefa de Estado. En el mundo existen tan solo 21 países que cuentan con una mujer en un cargo directivo y de toma de decisiones. En el informe se manifestó lo siguiente:

A las Jefas de Gobierno de Alemania, Dinamarca, Eslovaquia, Etiopía, Finlandia, Islandia y Nueva Zelanda se las reconoce por la rapidez de las respuestas que lideran, que no solo incluyeron medidas para “aplanar la curva” –como el confinamiento, el distanciamiento social y la aplicación de pruebas masivas para detectar el virus–, sino también por la transparencia y la comunicación compasiva de la información sobre salud pública basada en datos. En países como el Canadá, Etiopía, la India y Madagascar, las expertas en medicina y salud ocupan cada vez más puestos de liderazgo y encabezan las conferencias de prensa diarias y los anuncios de servicio público. Alcaldesas de todo el mundo,

desde Banjul (Gambia) hasta Barcelona (España), han tenido gran notoriedad en la respuesta a la pandemia y el intercambio de sus experiencias en foros en línea (p.03).

Es cierto que el hecho de estar frente a un conjunto de personas con distintas habilidades y multifunciones es una tarea sumamente compleja. No obstante, los resultados siempre dependerán en su gran mayoría, del accionar del líder. En definitiva, los seres humanos permanecen gran parte de su tiempo en el mundo laboral, por ende, las decisiones y vínculos que se dan en estos espacios limitan o expanden sus futuras oportunidades personales y profesionales, además de evidenciar las cargas ideológicas de cada persona, su contexto y las causales de sus comportamientos frente a los mandatos de un jefe.

La naturaleza de los equipos es estar conformados por personas con funciones interdependientes, quienes además de cumplir actividades complementarias son dirigidas por un cargo gerencial. En este caso, la mujer que ocupa un puesto directivo usualmente es encasillada en un modelo de liderazgo carismático y situacional, ya que al ser considerada una figura sumisa y sensible se espera que ejerza un rol carismático, en cierto nivel hasta materno y de total empatía con sus trabajadores.

En tal sentido, las mujeres jefas cargan con una responsabilidad simbólica de responder a las necesidades de su equipo, sean estas de mayor flexibilidad con el cumplimiento de horarios, permisos laborales, comprensión de situaciones familiares en especial relacionadas con el cuidado de hijos, entrega de resultados y ejecución de actividades.

Al contrario del manejo directivo de un hombre, quien al desempeñarse en un puesto gerencial se le exige cumplir el rol del líder más capaz, con virtudes innatas que le permiten mostrarse como un líder autocrático sin recibir juicios externos, puesto que, al considerarlo una figura paternal, moralmente está bien visto que un padre (jefe) del hogar (empresa) impulse a sus hijos (empleados) a obedecer a base de reprimendas y castigos. Mientras que la mujer está concebida como la figura materna de una institución, quien, en el caso de no subsanar estos parámetros mentales de la

colectividad, se la encasilla en el papel de una jefa insensible, incapaz de controlar sus emociones y del rasgo heroica se convierte en villana.

De tal forma que, nacen dinámicas sociales entre los miembros de una empresa y su líder. Los intercambios recíprocos antes mencionados como un modelo de liderazgo relacional, permiten visibilizar el acuerdo entre ambas partes y su nivel de identificación tanto del jefe con su empleado, como del empleado con el cumplimiento de sus respectivas obligaciones. Dansereau Jr., F., Graen, G., & Haga, W. J. (1975) en Perles, G., & Santiago, M. (2000) explican que:

Estos dos tipos de relación han sido conceptualizados como una clasificación de suma cero. Es decir, o bien las relaciones entre partes se rigen por el tipo de intercambio económico, o bien se rigen por el tipo de intercambio social. Si los colaboradores se identifican con el líder hasta formar una cierta unidad superior, son capaces de traspasar los límites de lo formalmente requerido y entrar a formar parte del in-group del líder. Por el contrario, si los colaboradores no se identifican con el líder, entonces sólo cumplen con sus obligaciones formales y pertenecen al out-group del líder (DANSEREAU et al., 1975).

Retrospectivamente, es más complicado para una mujer en un cargo gerencial conformar un grupo de trabajo que en su mayoría se sienta parte de su *in-group* y a la vez la considere una líder carismática, recíproca y capaz. Esto se da ya que al intentar posicionarse como jefa de “hogar” (empresa) el camino de encontrar las estrategias adecuadas para conseguir un ambiente laboral estable, armónico y a la vez productivo se sigue un modelo de liderazgo autocrático que suele causar un malestar en los empleados y consecuentemente en la mujer líder del equipo.

1.1.5. La Teoría de la Congruencia de rol de Género y Liderazgo

¿Cómo es la situación de las mujeres líderes frente a un medio de comunicación? La Psicóloga Virginia García (2014) sostiene que cuando una mujer ocupa puestos de liderazgo se expone principalmente a dos problemas; el de confiabilidad, y el denominado “precipicio de cristal”. Ambos conceptos causan un deterioro emocional

y físico de las líderes, al verse situadas dentro de un ambiente laboral estancado y de constantes exigencias unívocas.

La carencia de espacios en condiciones equitativas para las mujeres comunicadoras en relación con los hombres es real. Por tanto, la mujer no es considerada “apta” para ocupar puestos de liderazgo y de dirección de una determinada empresa o grupo de personas. De acuerdo a los parámetros observados y escuchados por parte de la audiencia mediática la mujer no contaría con las habilidades o experiencia necesaria para estar frente a un puesto directivo a diferencia del hombre quien simbólicamente nace listo para ser líder.

En efecto, las creencias y expresiones de las personas tienden a concebir prejuicios a favor y en contra de hombres y mujeres. La llamada Teoría de Congruencia de Rol de Género propuesta por Eagly y Karau (2002) lo conceptualiza en las expectativas impuestas por el ser humano acerca de las características que debe o no tener un líder.

Los autores proponen que existen dos tipos de expectativas asociadas al rol social; descriptivas e injuntivas. Las expectativas descriptivas se enfocan en las creencias de conductas y comportamientos que **caracterizan** a mujeres y hombres. Por otra parte, las expectativas injuntivas creencias de conductas y comportamientos a los que **deben** conformarse mujeres y hombres.

Es decir, las descriptivas discriminan a la mujer que ocupa cargos comúnmente para hombres por comportarse de acuerdo a los estereotipos femeninos y las injuntivas devalúan a la mujer por no cumplir con los estigmas de conductas patriarcales.

Al relacionar las expectativas de cualidades que tienen las personas acerca de un líder con las expectativas de cualidades referenciales de la mujer limitan el desarrollo de las mujeres en puestos de liderazgo, puesto que, pueden llegar a sentir que no están cumpliendo con un parámetro de éxito y por ende no estarían suficientemente preparadas académica y psicológicamente.

Consecuentemente existe una mayor concentración de cargos directivos en manos de hombres. En este contexto, la gran mayoría de medios de comunicación cuentan con

una dirección masculina, lo que promueve una cultura de prejuicio contra las mujeres quienes lideran estos espacios. Como se mencionó anteriormente, lo mediático se encuentra en todos los ámbitos de la sociedad, desde la codificación, transmisión y decodificación de la información hasta su pronta difusión a la ciudadanía.

Por ende, los medios de comunicación liderados por mujeres se desempeñan con una mayor “vigilancia” por parte de sus superiores, quienes pueden llegar a sentir esta presión de exigir mayores resultados en menor tiempo. Asimismo, quienes laboran dentro de un medio, compañeros de trabajo y ciudadanía en general, conciben como primera acción el juzgar la labor femenina bajo la excusa de no ser “suficiente” para ocupar cargos directivos a diferencia del frente masculino.

En el ámbito laboral las mujeres se ven obligadas a superar un sinnúmero de obstáculos. A medida que van adquiriendo una completa preparación académica, ingresan al camino previo a conseguir un cargo de líder, donde pueden llegar a ser víctimas de acoso laboral, brecha salarial, invisibilización de resultados, descredito de logros, etc. Estos son algunos ejemplos de las situaciones a las que se enfrentan las mujeres en su objetivo de alcanzar a puestos gerenciales y de toma de decisiones.

1.1.6. La comunicación encaminada al cambio social

La educación es la principal herramienta de desarrollo en una sociedad. De allí, la importancia de su relación con la comunicación en el presente análisis. La “comunicación de desarrollo” planteada desde la perspectiva del periodista Beltrán, L. R. (2005) es “La creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material” (p.59).

Es correcto inferir una subjetividad masculina normalizada y latente en los diversos contenidos y parrillas de programación mediática. Por ello, estos generadores de información a su vez cargan con la responsabilidad de transmitir un conglomerado de temáticas e ideologías a la ciudadanía audiencia, quienes decodifican lo planteado y posteriormente llegan a incorporarlo en su cotidianidad.

El cambio social desde los medios de comunicación da paso a la creación de espacios de diálogo y protesta con quienes no logran ser escuchados. En síntesis, la comunicación en Latinoamérica es observada como un instrumento clave en la lucha contra las desigualdades en una comunidad académica continental donde conflúan vínculos afectivos e ideológicos (White, 1989) en Beltrán, L. R. (2005).

Dentro de esta comunicación con miras al desarrollo social de las poblaciones menos escuchadas, especialmente de Latinoamérica, nacen las “radio-escuelas” una propuesta que Beltrán, L. R. (2005) sostiene: “Consistía de audición, mediante receptores a batería, en pequeños grupos de vecinos de programas especialmente producidos para ellos. Lo hacían auxiliados por guías capacitados que los instaban a aplicar lo aprendido a la toma de decisiones comunitarias para procurar el mejoramiento de la producción agropecuaria, de la salud y de la educación” (p.57).

El planteamiento de la radio como espacio de encuentro y dialogo de las comunidades, permitió estudiar las problemáticas rurales presentadas en los diversos países de Latinoamérica. Mismas que, en su mayoría eran consideradas como inexistentes o sin importancia de estudio. Barranquero, A., & Baeza, C. S. (2012) manifiestan que:

Desde los 80 el continente se ha destacado asimismo por su giro “culturalista” que prefigura un buen número de pesquisas en torno a fenómenos relacionados con la comunicación y las culturas populares, la expresión de los modos de vida, los consumos cotidianos y el análisis de las audiencias, con un acento especial en la capacidad de “resistencia” y “re-significación” por parte de los receptores (p.09).

Ahora bien, con el desarrollo tecnológico es visible un traslado de lo impreso a lo digital bajo la premisa de evolución. La radio, sin embargo, podría seguir siendo considerada como un medio esencialmente sin cambios, es cierto que las transmisiones y tecnicidades han ido variando, empero, su función liberadora y el espacio de despliegue de subjetividades. No obstante, las representaciones y patrones machistas no parecen ser parte de este crecimiento.

1.1.7. ¿La radio para qué?

Dentro de este marco, la pregunta planteada por el radialista Mario Kaplún ¿La Radio para qué? Remonta al complejo análisis de hablar de la Radio y no encontrarse en medio de un debate social y emotivo, donde se concluye que además de ser un altavoz ciudadano, este medio de comunicación transmite construcciones simbólicas, códigos culturales y representaciones típicamente patriarcales.

Si bien es cierto, para muchos la r fue la pionera en estimular la comunicación y a su vez se posicionó como la compañera irremplazable de mujeres quienes permanecían la mayor cantidad de tiempo dentro del hogar. Por su parte, el escritor argentino también sostiene que las principales funciones de la radio es informar, educar, entretener- y que, por lo tanto, sus programas deben clasificarse en tres categorías: informativos, educativo-culturales y de entretenimiento.

En este sentido, el afamado cuarto poder, los medios de comunicación; la televisión, radio, prensa escrita, medios digitales e internet son espacios claves para fomentar nuevas representaciones a las nuevas generaciones y modificar patrones ideológicos obsoletos. son plataformas de difusión ciudadana.

De acuerdo a una investigación realizada en el 2015, por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios, se expuso que tan solo el 37% de los reportajes y notas informativas en los diversos medios de difusión, son reportados por mujeres periodistas. Además, existe una mayor presencia de mujeres reporteras en la radio con un 41% y menos en los diarios con un 35%.

Por ende, la radio presenta estadísticamente un panorama más equitativo en cuanto a las mujeres que se desempeñan en el medio. No obstante, esto no quiere decir que las mujeres tengan mayores oportunidades de conseguir un cargo directivo. De allí que, el cambio debe ser visible desde la estructuración de la parrilla de programación radial, misma que debe estar enfocada en la creación, guionaje, producción y locución de contenido enfocado netamente a las temáticas de interés, cuestionamiento y entretenimiento, tanto de mujeres y hombres desde la esfera individualista, misma que

posibilite la disipación de reincidir en programas exclusivamente con voces de hombres, perspectivas de hombres y noticias de hombres.

1.1.8. La mujer en la radio

La mujer es situada en los diversos espacios de la sociedad contemporánea y desde cada esfera se la condiciona a cumplir con una participación activa en el discurso colectivo. Desde esta perspectiva, los discursos no sólo comunican sucesos sino también pensamientos y sentimientos respecto de cosas, eventos o personas. En definitiva, transmiten las actitudes de hablantes o escritores (Oteíza, 2009).

La escasez de oratoria femenina antes mencionada, nos conlleva al estudio de la representación de mujeres en los contenidos radiales. Es común pensar que las mujeres que se desempeñan fuera de la esfera doméstica se ven atadas a un tipo de extensión enfocada en áreas de interés netamente relacionadas a la labor del hogar, cuidado de la familia y temáticas humanitarias.

Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez (2009) proponen que la segmentación de audiencias radiales nace a raíz de la concepción ideológica de un mundo público para los hombres y un mundo privado para las mujeres. De allí que, es común que la audiencia mezcle indiscriminadamente los determinantes biológicos con los condicionantes sociales de las mujeres periodistas y sus criterios vertidos en el proceso de planificación de programas radiales, *spots*, cápsulas informativas, cuñas y manejo de entrevistas.

Consecuentemente, las mujeres son reflejadas en contenidos radiales con una perspectiva social y de opinión ciudadana sin poner de relieve sus trayectorias profesionales y más que nada sus opiniones personales sobre la mesa. Las mujeres son dirigidas a la locución en espacios de categoría en su mayoría de entretenimiento, farándula, conversaciones sociales correlacionadas a problemas emocionales, relaciones afectivas y atención del hogar. Así lo sostienen los autores Tomás Dodds e Isabel Amor (2016):

La decisión editorial, sino empresarial, de poner a mujeres en un tipo de programa en desmedro de otro contribuye a construir una imagen o marco que determina sobre qué temas hoy las mujeres opinan, comentan o discuten y sobre cuáles no. En términos generales, esto se proyecta en una jerarquización de espacios que establece cuáles son los lugares donde la participación femenina es avalada y cuáles son aquellos donde la presencia femenina genera dificultades o ha penetrado de manera precaria.

En definitiva, se busca que la mujer logre desarrollarse en torno a ámbitos de debate político, cultural y de interés común, renunciando a la idea de un enfoque únicamente social y de entretenimiento. De esta forma, existiría una disminución a la marginalización de los intereses femeninos.

En esta perspectiva, las mujeres locutoras se ven obligadas a desarrollar programas “dirigidos” exclusivamente a mujeres, con la finalidad de incomunicarlas de temáticas de alto relieve como por ejemplo el manejo del estado, la economía, el deporte, la tecnología, salud y demás ciencias.

Además, es importante destacar que la marginalización de los intereses femeninos imposibilita a la mujer locutora el sentirse preparada académicamente para debatir asuntos como los mencionados anteriormente. Asimismo, las exigencias hacia las mujeres cabecillas de estas iniciativas son más grandes, puesto que se tiende a pensar que son programas con mayores probabilidades de fracasar y no contar con la aceptación del público objetivo.

La participación activa de la mujer en la toma de decisiones y al desempeñarse en puestos de liderazgo, genera opiniones en su mayoría negativas y de frustración. ¿Qué factores influyen en la respuesta de los miembros de un medio de comunicación frente al liderazgo de una mujer?

En efecto, los estereotipos patriarcales insertados en la colectividad afectan al correcto desenvolvimiento de la mujer en los diversos espacios periodísticos. Es así que se

trabaja bajo la perspectiva masculina y su “garantía” al momento de presentar como institución los resultados y logros alcanzados.

Es común percibir al incumplimiento de metas empresariales, si se trata de una administración varonil, como una falta de tiempo o recursos. A diferencia del sinnúmero de reclamos y objeciones que recibe una administración femenina, al momento de no visibilizar los resultados esperados de acuerdo a la planificación previa de objetivos y el cronograma vigente.

Es por ello que, la “Teoría de la congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos” antes mencionada, se fundamenta en la dimensión descriptiva del estereotipo femenino (creencias de como *son* las mujeres) mismas que en el momento de no cumplir con los *comportamientos* esperados de una mujer, la colocan en la palestra de críticas y sugerencia frente a su labor de liderazgo.

En concreto, las mujeres en cargos directivos encuentran mayores impedimentos de ser percibidas positivamente al momento de liderar una empresa, en este caso un medio de comunicación. Al considerar el trasfondo de la situación, desde que inician su carrera profesional las mujeres son presentadas como la *compañía* del periodista hombre y a quien encomiendan temas de relleno. Los autores Cann y Mohr (2001), Zoch y VanSlyke Turk (1998) proponen lo siguiente:

El hecho de que las decisiones editoriales y periodísticas siguen funcionando bajo el marco de una lógica primordialmente masculina. Se traduce rutinariamente en que los hombres son sobrerrepresentados como conductores, reporteros y expertos citados para los diferentes temas, mientras las periodistas se encargan de cubrir temas de menor relevancia o impacto.

La activista feminista Van Zoonen (1998) sostiene que mientras más alta es la jerarquía dentro de un medio de comunicación o mientras más reconocido sea, existen menos posibilidades de dar con una mujer ocupando un cargo directivo. Consecuentemente, las mujeres periodistas son encerradas en una sola línea de programación, por ende,

son visibilizadas en ciertos espacios y resulta más complicado aun que accedan a un puesto directivo.

1.1.9. Las radios universitarias

En este contexto las radios universitarias nacen en el Ecuador a partir de la década de los 50 originándose principalmente a raíz de proyectos planificados dentro de las carreras de Comunicación y Ciencias Sociales. En la década de los 70 surgió el primer proyecto de radio universitaria en la Universidad Central del Ecuador y fue presentado en 1973, en el 2011 obtuvo la asignación de una frecuencia y la administró hasta el 2013 (Aguiló 2016, 148) citado en Guzmán Jiménez, A. G. (2021).

Se podría pensar que el objetivo de la creación de estos espacios radiales es netamente académico, empero, su finalidad se centra en la misma finalidad de difundir información relevante para una comunidad, en este caso universitaria, y para la sociedad en general. Por ende, las radios universitarias se constituyen en entornos de aprendizaje profesional para los futuros locutores y locutoras. Asimismo, las emisoras permiten un acercamiento de los estudiantes practicantes con la sociedad que rodea a la institución.

En el año 2014 se da la conformación de una Red de Radios Universitarias Ecuatorianas (RRUE) donde se busca impulsar la radio participativa y estructurada de tal forma que fomente la enseñanza y el aprendizaje tanto técnico como social de los y las estudiantes que realicen sus prácticas en estos espacios. Sin embargo, el promover un crecimiento continuo de las radios universitarias resulta complicado frente a que no existe una normativa legal que asegure la distribución de frecuencias para las instituciones universitarias.

La Ley Orgánica de Comunicación Ecuatoriana en su Art. 106 estipula que se reservará hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario, el 66% del espectro restante será asignado para el sector público y privado en función de la demanda, no debiendo exceder la asignación de frecuencias al sector público un porcentaje del 10% del espectro. (LOC, 2019: Art 106).

Por ello, los retos se enfocan en democratizar estos espacios radiales, construirlos con bases sólidas estructurados en materia de derechos y equidad de género. De allí que la perspectiva de género resulta un principio sumamente necesario al momento de crear entornos radiales educativos y comunitarios.

Las radios universitarias son una propuesta de cambio y evolución ideológica frente al rol de la mujer y el hombre en cada ámbito profesional y personal. Por ende, no deben ser encasillados en la práctica académica condicionando su autenticidad de vinculación con la sociedad y de configuración de los discursos manejados por la colectividad contemporánea.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Establecer la percepción de género acerca del liderazgo de la mujer en las Radios Universitarias: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar casos de liderazgo femenino y masculino en las Radios Universitarias: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM.
- Diagnosticar las dinámicas de género presente en los entornos laborales de las Radios Universitarias: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM.
- Analizar el liderazgo de la mujer en la estructura de la parrilla de programación de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM.

CAPÍTULO II

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Materiales & recursos

Para el desarrollo de la presente investigación los materiales y recursos empleados son los siguientes:

2.2. Materiales

La investigación será articulada a partir del uso de varios materiales de consumo y operativos. En primer lugar, para los materiales operativos es preciso disponer del servicio de luz y de una excelente señal de internet que permita encontrar la información y datos necesarios para la investigación.

Por otra parte, los materiales de consumo son: computadora portátil, grabadora de audio e insumos de oficina. Finalmente, se hará uso de bibliotecas digitales, artículos de investigación y software de procesador y editor de textos.

2.3. Recursos humanos

En este contexto, para el presente análisis se contará con la participación de profesionales en la rama del periodismo y la comunicación, específicamente del ámbito de la locución y el guionaje radial, quienes formen parte del personal de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM de la Universidad Técnica de Ambato y de UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

2.4. Recursos tecnológicos

Al examinar distintos criterios radiales y los entornos universitarios en los que se originaron, el acceso a internet resulta indispensable a fin de estructurar un contexto histórico que permita entender los factores que influyen en el análisis de un liderazgo femenino radial dentro de las instituciones de educación superior.

Así también las plataformas digitales como Zoom, Google Meet y Whatsapp se posicionan como espacios de dialogo sumamente importantes, puesto que permitirán entablar una conversación directa con los expertos y sus criterios vertidos a lo largo de las entrevistas, mismas que serán objetos de estudio y análisis.

2.5. Métodos

La presente investigación parte del entendimiento de la percepción de género y el liderazgo de la mujer en las Radios Universitarias, específicamente en la Universidad Técnica de Ambato y en la Universidad Técnica de Cotopaxi. De esta forma, es fundamental estudiar los comportamientos y conductas del personal administrativo quienes laboran en dichos medios de comunicación.

Al examinar diversos discursos, comportamientos perceptibles e información descriptiva, el estudio tuvo como base la investigación cualitativa. Los autores Taylor y Bogdan (1987) sostienen que el método cualitativo hace énfasis a la investigación descriptiva, es decir, toma en cuenta las palabras habladas o escritas, y por ello se utilizará un método mayoritariamente de observación no participante para recoger datos puntuales y encarar de cierto modo al mundo empírico.

Asimismo, la investigación cualitativa está relacionada directamente con los hechos sociales, citando al sociólogo inglés Durkheim en los principios de externalidad y objetividad que implican los hechos sociales, tanto la existencia de su causalidad, el considerarlos cosas a partir de métodos objetivos y la gran importancia de concretar a los hechos sociales como cosas sociales, mismas que pueden ser explicadas sólo por otros hechos sociales (Durkheim, 1965; Marradi et al., 2007).

Hecha esta salvedad, se optó por una metodología de investigación de carácter social y en concreto cualitativa, con el propósito de exteriorizar el mundo empírico del ámbito de la locución, en primer lugar, a través de entrevistas que permitan constatar el cumplimiento de la limitada teoría sobre la mujer en la radio, sus oportunidades de crecimiento y por supuesto, su rol de liderazgo en el camino a acceder a un cargo directivo.

De allí que, la investigación se divide en dos fases: la primera parte se enfocó en la recopilación bibliográfica a partir de estudios y artículos científicos relacionados a la temática de la mujer y puestos gerenciales. Por ende, se empleó una recopilación bibliográfica acerca del tema a tratar, a través de artículos investigativos con autores de primer y segundo orden que posibilitaron el establecimiento de las bases conceptuales para la presente investigación.

Se estudió sobre el androcentrismo, el feminismo, la perspectiva de género presente en los medios, la Teoría de la congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos y la mujer en la radio, esto con el objetivo de focalizar las diferentes categorías presentes en el marco teórico.

La segunda fase se desarrolló a través de las entrevistas anteriormente mencionadas, mismas que fueron realizadas con los y las profesionales en el ámbito de la comunicación, específicamente quienes actualmente laboran en ambas Radios Universitarias tomadas como referencia para el análisis: Radio Primicias de la Cultura de la Universidad Técnica de Ambato y UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

La autora De Toscano, G. T. (2009) establece: “La entrevista de investigación es fundamentalmente un encuentro entre sujetos en el cual se busca descubrir subjetividades” (p. 47). Al entablar un diálogo directo como principal herramienta de recolección de datos, permitió conocer los puntos de vista del público objetivo acerca del tema, además de facilitar la comprensión de los factores que influyen en dichas posturas y el panorama real de la problemática en cuestión.

Las entrevistas fueron elaboradas de forma semiestructurada, con el objetivo de obtener mayor información de los entrevistados y entrevistadas a través de un cuestionario de preguntas abiertas y de manejo flexible.

Ya lo proponía (Alonso,1999) citado en De Toscano, G. T. (2009) la técnica de entrevistas semiestructuradas “Es una técnica útil para obtener informaciones de carácter pragmático, acerca de cómo los sujetos actúan y reconstruyen el sistema de representaciones sociales en sus prácticas individuales” (Alonso,1999).

Consecuentemente, permitió a las personas entrevistadas el mantener una conversación ligera y enfocada en el tema.

De esta manera al realizar el estudio cada emisora tuvo un tipo de observación distinto. La académica Kawulich, B. B. (2005) sostiene que al hablar de observación participante: “Es el proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades.” (p.02).

De allí que, en el caso de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM se estableció un vínculo más cercano entre investigadora y sujetos mediante la observación participante natural, puesto que, la investigadora pertenece al grupo social que se investiga.

Por otra parte, tomando como referencia a lo manifestado por los autores Campos, G., & Martínez, N. E. L. (2012) la observación no participante “Se trata de una observación realizada por agentes externos que no tienen intervención alguna dentro de los hechos; por lo tanto, no existe una relación con los sujetos del escenario” (p. 09).

Al estudiar la problemática en UTC Radio 102.9 FM la investigación se mantuvo al margen del fenómeno estudiado, por ende, contó con una observación no participante y la información extraída fue a través de los diálogos entablados con los y las locutoras de la institución.

Es así que, con la finalidad de interpretar las perspectivas de género existentes en las radios universitarias, estimar el nivel de participación de las mujeres en la toma de decisiones mediáticas y gerenciales y comprender las dinámicas originadas en entornos laborales dirigidos por una mujer y dirigidos por un hombre se llevaron a cabo las entrevistas planteadas con mujeres y hombres comunicadores, quienes se desempeñan en ambos medios radiales y a partir de este punto se continuó con el análisis del discurso, las similitudes y diferencias en sus respuestas, el estudio de sus estructuras organizativas empresariales y el panorama de género presentado en las emisoras.

2.6. Técnicas e instrumentos

Sintetizando, las técnicas e instrumentos que contribuyeron en la recolección de datos y el desarrollo de investigación son:

1. Recopilación bibliográfica de artículos científicos y estudios previos acerca de la mujer en los medios y el liderazgo femenino en un contexto radial y universitario.
2. Entrevistas con profesionales periodistas quienes laboren en los medios de comunicación: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM de la Universidad Técnica de Ambato y UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
3. Análisis de la presencia de la mujer en la conducción radial expuesta en las parrillas de programación de ambos medios de comunicación de las instituciones.

Con respecto a la técnica de la entrevista semiestructurada, se redactó el cuestionario de preguntas bajo la premisa de ser un eje de guía para obtener la información requerida para la investigación. El cuestionario tuvo como objetivo conocer los criterios de género, experiencias laborales en entornos liderados por mujeres, perspectiva a futuro en materia de derechos y alcance de oportunidades de crecimiento para la mujer en los funcionarios de ambas emisoras, además, de su accionar en el quehacer periodístico radial frente a esta temática.

2.7. Unidad de análisis

En el presente proyecto de investigación se analizó el contexto en el que se desempeñan ambos medios de comunicación: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM. De allí, a través de la técnica de la entrevista se posibilitó el conocer las varias aristas correspondientes a cada medio, tales como:

- ✓ ¿Cómo nació el proyecto de creación de la radio?

- ✓ ¿Cuál es su estructura organizativa?
- ✓ ¿Cuáles son los programas que salen al aire en vivo?
- ✓ ¿Quiénes conducen estos programas?

A partir de esto, con la información recabada se plantearon las tablas metodológicas de ambos medios radiales y se continuó con el análisis de sus parrillas de programación, número de mujeres y hombres laborando actualmente, entre otros puntos. De esta forma, se expone un análisis previo a la presentación de resultados, mismo que está estructurado por los objetivos planteados y los antecedentes de creación de ambos proyectos radiales, información recabada por medio de las entrevistas con sus respectivos superiores.

2.8. Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM

En función de lo planteado, resultó necesario puntualizar el análisis de Radio Primicias de la Cultura, la radio de la Universidad Técnica de Ambato a fin de examinar con perspectiva de género su parrilla de programación, conducción de programas y criterios varios de los locutores y locutoras quienes se desempeñan en este medio de comunicación. De esta forma se identificaron varios elementos culturales, ideológicos y de reflexión mismos que permitieron diagnosticar las características del ambiente laboral y los factores que inciden en la estructuración de su parrilla de programación.

2.8.1. Antecedentes y creación:

Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM es un proyecto de la Universidad Técnica de Ambato que nació el 19 de diciembre del 2018 bajo la consigna de ser la voz universitaria de más de 20.000 personas quienes conforman la institución. Es una herramienta que cumple con informar, educar y entretener. Bajo esta égida la radio universitaria es un actor clave que se identifica, responde a las necesidades de información con la comunidad universitaria y está dirigida a diferentes públicos y grupos sociales.

2.9. UTC Radio 102.9 FM

Dentro de este marco fue necesario precisar el análisis de UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi, se consideró su parrilla de programación, conducción y locución radial. A través de una perspectiva de género se identificaron varios elementos estructurales que fueron plasmados al momento de analizar los discursos que se manejan dentro de la emisora.

2.9.1. Antecedentes y creación:

UTC Radio 102.9 FM es un proyecto de la Universidad Técnica de Cotopaxi que nació en marzo del año 2019 con el objetivo de generar un espacio de propuesta de transferencia de conocimiento y bajo la consigna de ser una plataforma para que los estudiantes de la Carrera de Comunicación puedan tener una praxis real en el mundo radial.

3. Entrevista de investigación

Con el objetivo de conocer los criterios de los y las comunicadoras entrevistadas se planteó el cuestionario, anteriormente mencionado, de acuerdo a tres etapas de la conversación. La primera se enfocó en conocer la trayectoria profesional del entrevistado o entrevistada. El objetivo de la segunda fase fue comprender sus criterios personales acerca del rol de la mujer en la radio y finalmente la tercera etapa tuvo como finalidad entablar un dialogo más preciso en la mujer en cargos gerenciales, sus opiniones al respecto de la materia y la valoración de su trabajo.

Las preguntas fueron redactadas y desarrolladas en base a los conceptos y los vacíos teóricos y prácticos expuestos en el marco teórico. La entrevista estuvo confirmada por un banco de preguntas de 10 ítems, divididas en tres momentos claves anteriormente mencionados, los cuales son:

- ✓ Ambientación
- ✓ La mujer en los medios

- ✓ La mujer en la radio
- ✓ Criterios varios

Al ser una entrevista semi estructurada las respuestas de los y las entrevistadas no contaron con un límite de tiempo. Su propósito fue establecer un vínculo cercano con el sujeto y de esta forma recabar la mayor cantidad de información posible a través de sus experiencias profesionales, anécdotas y opiniones personales. Al obtener estos resultados se procedió al análisis de discursos y formulación de conclusiones frente a la perspectiva de género y el liderazgo femenino presente en las radios universitarias.

3.1. Cuestionario entrevista

Guía entrevista

Tipo: Semi estructurada.

Puntos clave: Rol de la mujer/ oportunidades crecimiento / la mujer líder.

Entrevista

Ambientación

- Coménteme por favor un poco acerca de su vida y su trayectoria profesional ¿En qué tipo de programas radiales ha participado?

La mujer en los medios

- ¿A lo largo de su carrera profesional ha estado más bajo la dirección de un hombre o de una mujer?
- En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?

- ¿El ambiente laboral era diferente al tener un hombre como jefe que una mujer como jefe? ¿O era igual? ¿En qué se diferenciaba?

La mujer en la radio

- De acuerdo a su experiencia, ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio? O ¿Cuál rol debería cumplir?
- En su opinión, ¿En qué se diferencia una mujer locutora de un hombre locutor?
- ¿Qué programas radiales estarían destinados para conducir una mujer y que programas debería conducir un hombre?

Criterios varios

- En su opinión, ¿Cree que existen suficientes oportunidades para la mujer en fin de que acceda a un cargo directivo?
- En su opinión, ¿Debería haber más mujeres al frente de un medio de comunicación? ¿Qué cambiaría si existieran más mujeres en cargos directivos?
- Si en este momento le ofrecerían un cargo de dirección de acuerdo a su experiencia laboral, ¿Usted se sentiría preparado para ocupar un cargo directivo?

CAPÍTULO III

III. RESULTADOS Y DISCUSIONES

3.1 Análisis previo

A partir de la selección de la metodología cualitativa a implementarse en el proyecto de investigación, se dio continuidad a un análisis previo de la perspectiva de género latente en la programación radial y estudiantil, así como en su estructura organizativa y dirección de actividades. Fueron plantearon los antecedentes investigativos de ambos medios de comunicación: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM, además de la tabla de estructura organizativa, cuadro de programación y conducción radial y su público objetivo.

3.2. Estructura organizativa

3.2.1 Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM

Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM forma parte de la Dirección de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato, por ende está conformada por funcionarios de esta dirección, además del apoyo de estudiantes pasantes y voluntarios de la Carrera de Comunicación, quienes en conjunto desarrollan diversas actividades desde la escritura de guiones, producción radial, organización de eventos, manejo de contratos mediáticos, conducción y locución radiales, además de actividades relacionadas a la comunicación institucional, difusión de eventos académicos y seguimiento del trabajo de facultades y direcciones de la Universidad Técnica de Ambato. El recurso humano con el que cuenta la radio es el siguiente:

Tabla 2

Organización interna del recurso humano de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM

| Nro. | Nombre | Cargo | Función que desempeña en la Radio |
|-------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Mg. María Eugenia Álvarez | Subdirectora de Comunicación Institucional de la Universidad Técnica de Ambato. | Directora General Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM. Aprobación y coordinación de la parrilla de programación. |
| 2 | Eco. María Mercedes Jara | Especialista en Vinculación con la Sociedad. | Locutora. Coordinación y logística de Organización de eventos. |
| 3 | Mg. Lucia Abambari | Capacitadora del Taller de Zancos. | Locutora y periodista de campo. Generación de boletines informativos y transmisiones en vivo. |

| | | | |
|----------|-------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | Mg. Walter Castro | Técnico de Audio y Sonido. | Productor de contenido radial y estructuración de la parrilla de programación. |
|----------|-------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|

Nota: Información tomada de la entrevista realizada por la investigadora.

3.2.2. UTC Radio 102.9 FM

UTC Radio 102.9 FM cuenta con un comité editorial encabezado por sus autoridades universitarias. Asimismo, entra en funciones el Director Académico de la Institución y el de Comunicación Institucional, quienes en conjunto con el Productor de la Radio generan los productos radiofónicos, aprueban el contenido a transmitir y manejan el mantenimiento de las diferentes plataformas de la Radio. En la emisora también participan estudiantes pasantes y voluntarios de la Carrera de Comunicación. El recurso humano con el que cuenta la radio es el siguiente:

Tabla 3

Organización interna del recurso humano de UTC Radio 102.9 FM

| Nro. | Nombre | Cargo | Función que desempeña en la Radio |
|-------------|---------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1 | Mg. Mullo | Alex Director Académico de la Universidad Técnica de Cotopaxi. | Persona encargada del proyecto de ejecución de la UTC Radio 102.9 FM. |
| 2 | Mg. Salme | Fernando Director de Comunicación Institucional de la | Director General UTC Radio 102.9 FM. |

| | | | | | |
|---|--------------|--------|--------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | Universidad Técnica de Cotopaxi. | | Genera la política editorial del medio y aprueba la parrilla de programación. |
| 3 | Mg. Musso | Jaime | Productor de UTC Radio 102.9 FM | | Producción de contenidos radiales para las distintas plataformas multimedia y mantenimiento de equipos. |
| 4 | Lic. Espinel | Dayana | Coordinadora programación de UTC Radio 102.9 FM. | de | Locutora. Encargada de coordinación y logística. |

Nota: Información tomada de la entrevista realizada por la investigadora.

Al recabar la información referente a la estructura organizativa de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM se expone que existe un claro desbalance comparativo entre ambos medios universitarios.

En el caso de la Universidad Técnica de Ambato de cuatro funcionarios de planta tres son mujeres y un hombre. Por ende, se puede estar hablando del manejo de un modelo matriarcal en el medio. La toma de decisiones está en su mayoría a cargo de mujeres y al contar con una mujer como directora, dentro de sus funciones se encuentran aprobar y coordinar la parrilla de programación, así como la supervisión de cada programa y su correcto desempeño al aire.

Por otro lado, en la Universidad Técnica de Cotopaxi se presenta un modelo distinto, donde se destaca la participación del hombre en la dirección y cumplimiento de actividades. En el medio trabajan cuatro personas de planta, de las cuales tres son hombres y una mujer. Desde el cargo de dirección se encuentra un hombre a la cabeza

del medio, sin considerar el número de estudiantes pasantes y voluntarios que locutan en UTC Radio 102.9 FM.

De esta manera, dentro del análisis comparativo previo al estudio de discursos se entabló un diálogo acerca del manejo inequitativo en ambos medios. En efecto, la percepción de género es una problemática de gran relevancia, misma que si no es manejada correctamente su concepto suele tergiversarse. Consecuentemente se presentan dinámicas de espacios conformados solo con mujeres bajo la premisa de la igualdad y por otro lado espacios repletos de hombres encabezados por una estructura patriarcal.

3.3. Programación

3.3.1. Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM

Hasta diciembre del 2022, los principales programas que se encuentran al aire de lunes a viernes, con sus respectivas conducciones, son los siguientes:

Tabla 4

Programación de Radio Primicias de la Cultura hasta diciembre 2022

| Nro. | Nombre del programa | Conducción a cargo de |
|-------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------|
| 1 | Bienestar a las 8 | Mg. María Eugenia Álvarez |
| 2 | Radio Revista Informativa Universitaria | Eco. María Mercedes Jara Mg. Lucia Abambari |

| | | |
|----------|-----------------------|---------------------------|
| 3 | Cómplices en la tarde | Mg. María Eugenia Álvarez |
| 4 | Escucha tu corazón | Dra. Sara Guadalupe |

Nota: Información tomada de la entrevista realizada por la investigadora.

3.3.2. UTC Radio 102.9 FM

Hasta diciembre del 2022, los principales programas que se encuentran al aire de lunes a viernes, con sus respectivas conducciones, son los siguientes:

Tabla 5

Programación de UTC Radio 102.9 FM hasta diciembre 2022

| Nro. | Nombre del programa | Conducción a cargo de |
|-------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1 | Informativo Contextos y Textos | Lic. Fernando Salme |
| 2 | ¡Que camello! | Lic. Dayana Espinel |
| 3 | En Sintonía | Lic. Marco Altamirano |
| 4 | Entre amigos | Mg. Cynthia Maya |

Nota: Información tomada de la página web de UTC Radio 102.9 FM

Considerando que las tablas fueron estructuradas de acuerdo a los programas emitidos en vivo de lunes a viernes, se implicó que debería existir un manejo equitativo en la conducción de los espacios radiales. A partir de las entrevistas realizadas con los especialistas se manifestó que en el caso de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM existe un latente posicionamiento de la mujer, puesto que en su totalidad son espacios conducidos por mujeres, lo que además expone un desbalance de la figura del hombre en la emisora.

Por otro lado, de acuerdo a la parrilla de programación de UTC Radio 102.9 FM se pudo observar un manejo más equitativo frente a la conducción de los diversos espacios radiales. Sin embargo, a pesar de contar con un 50% de programas conducidos por mujeres las locutoras no son consideradas en la toma de decisiones en equipo, por el mismo hecho de contar con un director hombre quien se encarga de las temáticas más “*fuertes*”.

Al realizar este análisis es factible mencionar que, de cuatro programas puestos bajo estudio, en el caso de la Radio de la Universidad Técnica de Ambato los cuatro espacios son conducidos por mujeres. A diferencia de los cuatro programas anteriormente mencionados de la Radio de la Universidad Técnica de Cotopaxi, dos de ellos están bajo la conducción de una mujer y los dos restantes cuentan con un direccionamiento de hombres.

3.4. Perspectiva de género en la programación & conducción

Con respecto al análisis de los contenidos vertidos en la parrilla de programación resultó complejo dimensionar los intereses que estarían dirigido cada uno de los programas, puesto que, fácilmente es común considerar que existen programas dirigidos a un público mayoritario de mujeres, a diferencia de espacios direccionados a oyentes en su mayoría de hombres.

De allí que, dando continuidad al análisis del liderazgo femenino en las radios universitarias, se creó la interrogante de percibir a breves rasgos como fue la articulación de la parrilla de programación, de acuerdo a que factores se redactan los guiones. Justamente, la función del público meta de un medio de comunicación se

constituye en una necesidad, puesto que, el hecho de conocer quiénes son los principales oyentes de un programa radial, sus intereses y el rango de edad estimado de la audiencia permite obtener una mayor simpatía de las personas con el programa de radio. y a quienes se busca llegar.

En este sentido, las autoras Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez (2009) sostienen que “Es interesante ver que no se asocia a los hombres con ningún contenido específico. No hay "intereses de los hombres", quizás porque muchas personas piensan que "género" se relaciona sólo con mujeres y no con hombres, o porque se da por sentado que, en el resto de los contenidos, los hombres son el objetivo natural para el medio” (p.445).

Cabe destacar que los llamados “intereses de los hombres” existen, no necesariamente estarían enfocados en el ámbito deportivo, sin embargo, son comúnmente invisibilizados al estructurar la parrilla de programación bajo la excusa de considerar al hombre como personaje que ya forma parte de la audiencia masiva de la radio. A diferencia del discurso que se maneja con la mujer oyente, quien crece rodeada de ideas impuestas acerca de cuáles pueden ser sus posibles intereses, pasatiempos y que puede gustarle escuchar a través de la radio como lo menciona Baquerizo Neira, G., & Umpierrez de Reguero, S. (2019):

De acuerdo con el reporte del Proyecto Global de Monitoreo de Medios (GMMP), en el que participaron catorce países de Latinoamérica y entre los que se encontraba Ecuador, la cobertura mediática de temas relacionados con el sexo femenino se hace en forma estereotipada y se lo relaciona con temáticas como: salud, natalidad, belleza, entretenimiento, entre otras; mientras que, a los hombres se los asocia con noticias sobre economía y política (p.35).

En síntesis, la mujer es archivada en temáticas de mayor índole emocional y del quehacer en el hogar, mientras que el hombre desde su sexo es considerado un público neutral con temáticas de interés común e integrador para todos y todas. Al analizar la presencia de la mujer en la programación de las radios universitarias fueron

seleccionados ocho programas emitidos en vivo en un horario semanal de lunes a viernes, cuatro espacios procedentes de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y cuatro proyectos radiales de UTC Radio 102.9 FM.

Fue evidente destacar que, a pesar de no disponer de espacios segmentados tanto para hombres y mujeres, el liderazgo femenino está presente en la programación radial y conducción de ambas emisoras, se comprobó que estos programas están conformados por un equipo de profesionales, quienes efectivamente en su mayoría son dirigidos por mujeres.

3.6. Análisis y discusión de los resultados

A partir de los diálogos pre establecidos y para dar respuesta a los objetivos de la presente investigación se realizaron entrevistas semi estructuradas a tres profesionales de la comunicación, quienes laboran dentro de la Dirección de Comunicación Institucional de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Radio UTC 102.9 FM y a tres profesionales quienes forman parte de la Dirección de Comunicación Institucional de la Universidad Técnica de Ambato, Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM. El cuestionario tuvo como finalidad entender la perspectiva de género de los miembros de ambas instituciones y el discurso de género que se maneja en las emisoras, en sus parrillas de programación y en los procesos de selección de personal.

Asimismo, el objetivo de las interrogantes fue obtener datos cualitativos que permitan el estudio de las variantes del proyecto de investigación. Sus criterios fueron relacionados y posteriormente divididos a partir de cuatro ideas centrales al establecer un entorno con perspectiva de género:

- Redistribución equitativa de las actividades entre hombres y mujeres.
- Revaloración del trabajo realizado por la mujer tanto en la esfera pública y privada.
- Transformación de estructuras y reglas sociales que reproduzcan discursos patriarcales.

- Diagnóstico de dinámicas laborales y consolidación del poder de gestión y toma de decisiones por parte de las mujeres en cargos directivos.

Es así que, en primer lugar, se presentó un resumen de la trayectoria profesional de cada invitado. Siguiendo con una de las preguntas direccionadas a uno de los entrevistados, misma que fue:

1. ¿A lo largo de su carrera profesional ha estado más bajo la dirección de un hombre o de una mujer? En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?

El primer entrevistado, quien es director académico de la Universidad Técnica de Cotopaxi respondió:

He estado más bajo la dirección de directores hombres. Considero que el trabajo de una mujer como directora es muy bien planificado y estructurado. A diferencia de un direccionamiento masculino, las mujeres manejan una dirección más empática y emocional. Tienen un rol de vínculo familiar a diferencia de los directores hombres, quienes se rigen al cumplimiento de los objetivos propios de la emisora (Mullo, 2022)

Si se toma en consideración que de acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre los años 1991 y 2018, América Latina y el Caribe se presentó en promedio un 34,1% de participación de mujeres en puestos gerenciales, en concreto ni la mitad de cargos directivos son ocupados por mujeres. Lo que manifiesta una inequidad de género presente en el número de mujeres ocupando cargos directivos a diferencia de los hombres.

Es importante destacar que frente a las experiencias laborales de los seis entrevistados, se presentó una respuesta semejante. A lo largo de su trayectoria profesional en la Radio, casi en la totalidad de sus trabajos, han estado bajo la dirección de jefes hombres, presentando un porcentaje minoritario de jefas mujeres. Se demostró que el contar con un mayor número de direcciones masculinas en comparación con

direcciones femeninas es una problemática todavía normalizada en nuestra sociedad, misma que fomenta la invisibilización de la mujer en el ámbito profesional y de toma de decisiones mediáticas.

Este pensamiento fue compartido por (Abambari, 2022) quien es locutora y periodista de campo en Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM (UTA), ella mencionó que la intervención de la mujer en los medios de comunicación, desde su experiencia, ha sido *casi imperceptible* (Abambari, 2022). Todo este cuadro de inequidad, visto desde un análisis normativo, resulta en un entorno de violencia en contra de la mujer y de sus oportunidades de crecimiento laboral.

Si se toma en consideración que de acuerdo a la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en su art. 9 se menciona que las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores, en toda en su diversidad tienen el derecho de tener igualdad de oportunidades en el acceso a las funciones públicas y a participar en los asuntos públicos, incluyendo la toma de decisiones. Por ende, contextualizándolo a la realidad del Ecuador se estaría hablando de un ambiente laboral ineficaz que no brinda a las mujeres las seguridades suficientes para su desarrollo profesional y presencia activa en la toma de decisiones.

En este contexto, relacionándolo con lo expuesto en el marco teórico y de acuerdo a los estigmas biológicos, tradicionalmente, la mujer era considerada apta para las actividades de la esfera interna (privado), mientras que el hombre para ocupar espacios de la esfera externa (público). Frente a esto las escritoras Loscertales y Núñez (2009) lo conceptualizan como:

Un error fundamental que confunde lo biológico y lo social y define como un "dogma", o una tesis científicamente demostrada, que las mujeres están determinadas por la biología a ocupar un puesto social específico. Partiendo de una clasificación de los espacios sociales en públicos y privados, los suyos serían los del ámbito privado y si les da tiempo, si se sienten capaces, y sin abandonar su verdadero sitio, pueden ir a ocupar uno público (p.437).

El hecho de considerar como “su verdadero sitio” al quehacer doméstico y al desenvolvimiento de la mujer en espacios netamente internos corrobora la actual correlación de la mujer con vínculos familiares y del hogar, misma que imposibilita a la mujer estudiante avanzar en su preparación académica y en su próxima adquisición de un cargo de liderazgo. De acuerdo a las estadísticas se demuestra que en un (17,7%) de mujeres en el Ecuador no asistieron a un establecimiento educativo por razones destinadas al quehacer del hogar a diferencia del (0,5%) de hombres.

En otras palabras, una mujer que busque alcanzar un puesto directivo en un medio radial tendrá que poseer una disponibilidad de tiempo para el cumplimiento de sus labores periodísticas, a la vez para las obligaciones del ámbito personal y familiar.

Sin embargo, ¿Cómo califican las mujeres el trabajo gerencial de una mujer? Frente a esta interrogante Abambari (2022) considera que los hombres tienen mayor tiempo para dirigir a su equipo de trabajo. En esta línea de ideas, la periodista Criado Calero, E. (2012) agrega el concepto de la disponibilidad de tiempo en los medios. Ella menciona que al trabajar en un medio de comunicación el principal reto de los y las periodistas es lograr responder a todos los acontecimientos por más inesperados que se presenten. Por ende, conlleva a mantenerse en un estado activo frente a las noticias de última hora y esta situación va modificándose si se trata de una mujer periodista o un hombre periodista.

Este concepto de disponibilidad de tiempo fue latente dentro de los criterios vertidos acerca de la mujer líder en la radio. Las mujeres locutoras se ven forzadas a cumplir diversos tipos de actividades. De esta manera, resulta en un entorno donde, así como son visibles los avances en materia de derechos y la mujer se encuentra libremente desempeñándose en el mundo público (exterior) también se vería como si las mujeres profesionales ahora deben cargar con las responsabilidades de ambos mundos, tanto público como privado. Además de cumplir un rol de protección y susceptibilidad con sus compañeros de trabajo y subordinados.

Justamente los y las entrevistadas complementaron sus opiniones acerca del liderazgo femenino en los medios de comunicación directamente relacionando a la mujer

directora y trabajadora con vínculos familiares y en su gran mayoría de índole emocional. Por su parte, (Mullo, 2022) realizó una comparación del accionar del hombre a diferencia de la mujer en un cargo gerencial. El mencionó *“Los directores hombres se rigen al cumplimiento de los objetivos propios de la emisora a diferencia de la mujer quien tiene un liderazgo más empático y emocional”*(Mullo, 2022) pensamiento que denota uno de los criterios más latentes en la sociedad.

El hecho de considerar a la mujer profesional encasillada en un papel materno con sus trabajadores y compañeros de trabajo, quien en cierto punto se muestra “deslindada” de los objetivos del medio, es una opinión que pone de manifiesto el actual manejo del discurso patriarcal en la cotidianidad.

Está normalizado posicionar a la mujer en un rol de vínculos emocionales y al hombre con una postura de rigidez y objetividad. Por ello, Criado Calero, E. (2012) estructura las características masculinas y no femeninas que usualmente se exigen en un cargo gerencial:

Tabla 6

Características masculinas y no femeninas para un cargo gerencial

| HOMBRES | MUJERES |
|----------------|----------------|
| Enérgico | Intuitiva |
| Independiente | Espontánea |
| Lógico | Afectuosa |
| Manipulador | Cooperadora |

| | |
|-------------|------------|
| Competitivo | Flexible |
| Resistente | Emocional |
| Decidido | Meticulosa |

Nota: Morgan G. (1997:145) en Criado Calero, E. (2012)

Si lo situamos con el factor de disponibilidad de tiempo la mujer periodista tendrá que responder a las exigencias del medio, cumplir con sus actividades personales de manera eficaz. Si es el caso de una mujer en un cargo directivo, también se verá obligada a presentar resultados infalibles, mientras al mismo tiempo simbólicamente es la madre del equipo de trabajo, carga con las preocupaciones profesionales y familiares de sus trabajadores y con acatar los objetivos del medio.

Por su parte, el productor y técnico de sonido de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM (Castro, 2022) compartió este criterio de aspecto emocional presente en las direcciones femeninas. El manifestó lo siguiente:

Una jefa mujer es más sutil a comparación de un jefe hombre que es más fuerte. Bajo la dirección de una mujer existe una especie de familiaridad, es como si los integrantes del grupo se identifican de una forma sólida (Castro, 2022).

La premisa de constantemente vincular a la mujer con lazos familiares y de índole social emocional permitió comprobar la desestimación de sus méritos profesionales al acceder a un puesto gerencial. Es así que, entra a discusión ¿Las mujeres son más sensibles que los hombres? ¿Estaría mal si esta idea llegase a ser cierta? El ámbito de la salud emocional y su consecuente manejo de las emociones abre la puerta a un sinnúmero de factores influyentes en el hecho de saber cómo reaccionar frente a una

situación en específico. Por ende, no estaría “mal” o “bien” si una mujer o un hombre se muestra con mayor emotividad hacia algo o alguien, la discusión se enfoca en el ¿Por qué se tiene una perspectiva de la mujer con el “derecho” o la “característica” de ser más emocional y un hombre más “lógico” y “rígido”? El director de UTC Radio 102.9 FM, afirma que estos discursos machistas están presentes desde hace varios años atrás. El mencionó lo siguiente:

Siempre ha existido el machismo, si la mujer es bonita o fue candidata a reina en alguna ciudad entonces podría pasar inmediatamente a ser locutora de un canal de televisión grande, sin embargo, no existía la oportunidad de tomar un micrófono y salir a la calle a coberturas. (Salme, 2022).

Por ello, las mujeres directoras se ven impuestas en roles de género que crean barreras en su trabajo y posteriormente en la presentación de resultados. Sin embargo, este pensamiento puede llegar a ser también compartido por mujeres. Así lo mencionó la entrevistada (Álvarez, 2022) quien es Directora de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM (UTA):

Las mujeres tienen una particularidad, ellas ven los detalles de cada persona, cuáles son sus debilidades, fortalezas y como unificar estas diferencias en un todo. Ellas actúan como una madre conocedora de las particularidades de cada miembro del equipo y permite que estos engranajes caminen hacia algo positivo, como mujeres somos emotividad y empatía (Álvarez, 2022).

Los roles de género aún están presentes en la sociedad afectando ampliamente a las mujeres y de una forma más sigilosa a los hombres. La individualidad emocional, es lo que permite sacar de la caja la idea de una mujer emocional y un hombre fuerte. Estos estereotipos mentales son los que imposibilitan al hombre a expresar sus emociones libremente y a mantener una masculinidad tradicional justamente por temor a desviarse de su rol marcado en la colectividad, Figueroa, J. G., & Franzoni, J. (2011) denomina este proceso como “La confrontación social con el mandato de proveedor”

El *habitus* de la masculinidad impuesto por las principales instituciones sociales como la escuela, la iglesia y la familia parecieran no dejar margen para experimentar una masculinidad con componentes más emocionales. Socialmente estaba instituido que el hombre tenía el control y la dominación sobre la mujer, los hijos y sus propias emociones, por lo que era con su autoridad, poder y función de proveedor como mostraba su compromiso y el amor por su familia (p.72)

Trasladando esta idea de una masculinidad tradicional al ámbito profesional, como se mencionaba en el cuadro citado de Criado Calero, E. (2012) la visión del hombre y de la mujer se ve tergiversada si no se cumple con las expectativas sociales, lo que permite analizar la llamada “Teoría de la congruencia de roles del prejuicio hacia las mujeres líderes” de Alice Eagly, H. y Steven J. Karau (2005).

La investigación estableció que la razón de la infravaloración del trabajo de una mujer en puestos gerenciales se debe a los prejuicios y características preconcebidas por las personas acerca de la mujer en relación con los requisitos que se le exigen a un líder. Dando como resultado una frustración de expectativas y consecuente posicionamiento de la mujer en un papel de inexperiencia frente a la toma de decisiones.

Por ende, la idea de la mujer líder emotiva y empática antes mencionada resulta ser un arma de doble filo, una mujer podría llegar a ser considerada para un cargo gerencial bajo la consigna de contar con un liderazgo materno y pacífico, empero, estos procesos también permiten juzgar a la mujer que no cumpla con este rol emocional, dando como consecuencia la desestimación de su cumplimiento de objetivos empresariales en su totalidad o hasta considerarlo como un manejo administrativo ineficaz.

Asimismo, en las opiniones vertidas por la periodista de la Universidad Técnica de Ambato (Abambari, 2022), dentro de sus perspectivas considera que además de estas problemáticas, en el ámbito de los medios también se cuenta con oportunidades muy limitadas para las mujeres, específicamente el hecho de ser mamá, automáticamente

crea la necesidad de tener más tiempo, situación que, en el caso de los hombres al ser padres, no implica mayor responsabilidad.

De la misma forma, Espinel (2022) coordinadora de programación y logística de UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi, comentó que, en su experiencia al estar bajo el direccionamiento de una mujer, ella considera que *Aquel liderazgo femenino, tan destacable, se debió a que su jefa mujer aún no cumplía un rol de madre, cuando ya son madres es más complicado que una mujer alcance y se mantenga en un cargo gerencial* (Espinel, 2022).

Para Tharenou, P., Latimer, S., & Conroy, D. (1994) “Las mujeres directivas suelen ser solteras -para ellas tener una familia (por ejemplo, esposo/a; hijo/as) interfiere en su promoción laboral y no le permite “crecer profesionalmente” (p.08). A diferencia de la visión que se tiene del hombre director desde una perspectiva familiar:

En cambio, los hombres directivos habitualmente están casados, y no sólo eso, sino que el matrimonio en el caso de los directivos es un factor que influye positivamente en el éxito de su carrera profesional” Pfeffer, J., & Ross, J. (1982) en Baquerizo Neira, G., & Umpierrez de Reguero, S. (2019) (p.40).

Por ende, se condiciona la preparación profesional, así como las oportunidades que pueda alcanzar una mujer de acuerdo al desarrollo de su vida personal. Es decir, las mujeres son limitadas de adquirir nuevos retos académicos y profesionales desde el momento en el que se encuentran embarazadas y en teoría a lo largo de su vida profesional, puesto que desde los cargos gerenciales siempre será visto como un impedimento al cumplimiento mayoritario de los objetivos corporativos el escoger a una mujer que sea madre a diferencia de un hombre a cargo, quien simbólicamente es un jefe comprometido con todas sus responsabilidades y más.

Es relación con esto, uno de los puntos destacables en el desarrollo de las entrevistas fue el camino recorrido por las mujeres quienes ocupan cargos directivos. En su opinión, Mullo (2022) considera que en su gran mayoría son mujeres quienes han

estado ligadas a un vínculo familiar con la persona propietaria del medio de comunicación. El manifestó lo siguiente:

Si se plantea que la mujer llegue a un cargo directivo por méritos sin la necesidad de estar presente en el núcleo familiar, personalmente no lo he visto. Dentro del proceso de dirección por el mismo hecho de que la mayoría de emisoras son privadas y pertenecen a una misma familia, nace la dirección de la emisora (Mullo, 2022).

Relacionándolo, la socióloga Rocío Guardarrama (2008) afirma que “los perfiles profesionales de las mujeres, su profesionalismo entendido como su desarrollo profesional, su estado de competencia y su empleabilidad, depende en mucho de los arreglos familiares a los que pueden llegar a lo largo de su vida activa” (2008, p. 216).

Al relacionar ideas, la situación de inequidad de género presente en los cargos directivos denota que inclusive en el ámbito profesional la mujer se ve limitada a obtener un puesto de mando si no se encuentra vinculada a un familiar quien de cierta forma pueda facilitar su ingreso o postulación. Asimismo, en el Ecuador de acuerdo a los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías, en un entorno corporativo apenas 3 de cada 10 mujeres ocupan cargos directivos, lo que consecuentemente propaga la casi nula presencia de las mujeres en los espacios de toma de decisiones.

Como consecuencia de estos estereotipos creados a partir del mundo mediático, las relaciones sociales y la estructura patriarcal nace la autocensura femenina y sus procesos previos a la obtención de un cargo directivo por parte de una mujer. Beaudoux, V. G. (2014) lo estudia desde dos conceptos muy importantes; el techo de cristal y el techo de cemento:

La noción de techo de cristal o glass ceiling se utiliza para describir el fenómeno de la barrera invisible que frena el acceso de las mujeres a los altos puestos directivos, con la noción de techo de cemento se alude a que, en ocasiones, las mujeres se autoexcluyen de ciertos puestos, trabajos o posiciones de liderazgo (p.57).

De esta forma, se desvirtúa el trabajo realizado por la mujer que ocupe un cargo gerencial, muchas veces desde las mismas mujeres que los consideran como más ambiciosos y rigurosos. Por ende, se posiciona al hombre en la figura de “salvador del mundo”, aunque en este caso resulta interesante, puesto que a través de las entrevistas se comprobó que en ciertas ocasiones el ser visto como héroe no es sinónimo de competencia o liderazgo, sino más bien de comodidad e irrelevancia.

Parafraseando a Espinel (2022) ella afirmó que dentro de la radio la mujer locutora no es la parte *delicada*. Asimismo, hizo hincapié acerca de la fortaleza y capacidades de las mujeres, respondiendo la interrogante con una mucho más interesante ¿Por qué siempre dejar a los hombres que se hagan cargo de las entrevistas *fuertes*?

Lo que nos redireccionó a cuestionarnos ¿Quién es la persona encargada de asegurar la presencia de la mujer en los espacios de ámbito profesional? ¿Es la misma mujer quien debe comprometerse con su derecho a adquirir las oportunidades y espacios gerenciales? ¿Es el hombre quien promueve la equidad de género desde el ámbito en el que se desenvuelve? De acuerdo con Salme (2022):

Solamente el accionar de la mujer, el hacer presencia en este tipo de eventos es lo que ha permitido que la mujer no vaya “recuperando” estos espacios porque nunca los tuvo, pero irse apropiando de los mismos (Salme, 2022).

Idea compartida por el productor de la Universidad Técnica de Ambato quien agrega que “*También viene de parte de las mujeres el darse a valorar, ya que ellas suelen creer que no van a poder desempeñar este papel y se sienten infravaloradas*” (Castro, 2022). De la misma manera, según las palabras del director el hecho de la falta de liderazgo femenino y el posicionamiento de la mujer en puestos directivos es una problemática de resolución netamente de responsabilidad de las mujeres. La autocensura femenina antes mencionada se resume en el concepto de “techo de cemento” Cuadrada (2011) en Beaudoux, V. G. (2014) lo estudia desde la siguiente visión:

Se trata de una barrera autoimpuesta por las propias mujeres, por ejemplo, cuando deciden no competir por una promoción previendo las dificultades que encontrarán en el nuevo puesto si lo consiguen, o porque temen no poder conciliar la vida laboral y privada y creen que si ascienden tendrían que pagar altos costos familiares y personales (p.57).

En tal sentido, se estaría justificando la inequidad de género latente en los cargos gerenciales bajo el condicionamiento de validar tanto los entornos donde existan mujeres directoras como en los que no. Según el INEC de los 4,4 millones de personas que conforman la Población Económicamente Inactiva Ecuatoriana 3,3 millones son mujeres. Idea que finalmente concibe el dictaminar a la mujer el hecho de no alcanzar sus propias oportunidades en base a considerar su accionar en la esfera pública como insuficiente frente a su responsabilidad con su esfera privada y la constatación de sus capacidades.

Dando continuidad al dialogo se les consultó a las y los entrevistados ¿En qué se diferencia una mujer locutora de un hombre locutor? Frente a esto, contextualizándonos en el quehacer periodístico es visible la participación de la mujer, empero, no se cumple con una equidad total. Opinión compartida por (Salme, 2022) quien sostuvo: *“En la época en la que empecé mi labor periodística, la mujer era considerada prácticamente un adorno, misma que si reunía características físicas especiales podía ser locutora de un noticiero, sin mayores oportunidades de crecimiento” (Salme 2022).*

Ideología que se viene fomentando desde décadas pasadas, así lo mencionó (Álvarez, 2022) Subdirectora de Comunicación Institucional de la Universidad Técnica de Ambato, quien recordó su proceso al obtener su primer programa estelar en una emisora de la ciudad. En aquel entonces a pesar de ya haber estado locutando en condiciones sacrificantes por un periodo de tiempo considerable, su jefe varón en primera instancia no la tomó en cuenta para el puesto bajo la premisa de ser un programa transmitido en un horario “fuerte”.

Es así, lo mencionado por Gabriela Castellanos (2014) “Por lo general encontramos en los noticieros la presencia de mujeres con cargos de presentadoras o reporteras. Los espacios de análisis muchas veces, si no son la mayoría, están ocupados por hombres” (p.10). La cita anterior concuerda con lo expuesto por Espinel (2022) quien enfatiza en el constante apoyo a la creación de espacios de dialogo con y para mujeres dentro de la emisora, empero, ella manifiesta que:

En UTC Radio 102.9 FM siempre tratamos de ser equitativos. Sin embargo, el director es quien se encarga de las entrevistas fuertes, nadie más puede realizarlas. Inclusive, al estar de vacaciones se delegó a otro locutor hombre en ese cargo, no a una mujer. A pesar de esto, es un manejo equitativo en el resto de programas más tranquilos (Espinel, 2022).

Resultó curioso analizar el manejo de ideas presente en la emisora de la Universidad Técnica de Cotopaxi, ya que a pesar de contar con espacios de crecimiento radial para las mujeres estudiantes y actuales profesionales, se comparte el pensamiento de responsabilizar a la mujer la demostración de sus capacidades en el quehacer periodístico a fin de validar su trabajo y consecuentemente adquirir oportunidades de crecimiento laboral.

En base a esto, se enfatizó la necesidad de un desarrollo ideológico y en la práctica profesional, puesto que al delegar a un hombre para las actividades consideradas “complejas” se reproduce la idea de considerar a las mujeres no aptas para el cumplimiento de ciertas tareas, más aún dentro de un medio de comunicación donde se requiere ser multidisciplinario a fin de alcanzar todos los objetivos planteados.

Un factor importante dentro de este análisis son los procesos posteriores a cuando una mujer adquiere un puesto gerencial y la determinación de la confiabilidad en el trabajo de la mujer en cargos gerenciales dentro de la Radio. En el año 2014 Beaudoux (2014) realizó un sondeo en el Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano (Argentina), donde el 90% de los participantes declaró preferir viajar en un avión pilotado por un varón y no por una mujer. Por otra parte, el 96% tiene mayor confianza

en un ingeniero varón antes que en una ingeniera mujer. El 76% prefiere que los policías sean hombres y el 98% preferiría contratar a una mujer y no a un hombre para el cuidado de sus hijos.

Según esta información, aparentemente la colectividad aun presenta un cierto nivel de resistencia al cambio de ideologías patriarcales y tradicionalistas. Frente a la interrogante ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio? el director de la Universidad Técnica de Cotopaxi mencionó que: *“En la emisora universitaria siempre aspiran una participación equitativa. Al pensar en los entrevistados del noticiero, nos aseguramos que exista al menos una mujer, desde el ámbito doméstico hasta lo más elevado de la profesionalidad”* (Salme, 2022).

Ahora bien, profesionalizar a la mujer desde la consigna de ser considerada *elevada* al contar con una preparación académica mientras que si se trata de una mujer desempeñada dentro del hogar se encontraría en un nivel *inferior* en comparación con las demás entrevistadas, permitió puntualizar una temática de gran relevancia dentro del análisis.

No obstante, no se intenta cambiar la perspectiva del valor simbólico y adquisitivo que significa obtener un título académico, empero, el asunto tampoco se enfoca en revalorizar a una persona de acuerdo a sus méritos profesionales y subestimar las temáticas abordadas por mujeres, quienes, en este caso, cumplen actividades en el ámbito doméstico o en proyectos de índole social y de voluntariado. Más aun contextualizando que en el ámbito de los medios y de la locución según el productor de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM *la voz femenina tiene una valoración más alta porque es difícil de conseguir* (Castro, 2022).

Situación complementada por (Álvarez, 2022), quien asegura que en la actualidad *“Las personas se dieron cuenta que no solamente se disfrutaban de los vozarrones de antes, impactantes por su fuerza y profundidad, sino también existe la tenacidad de la voz de una mujer”* (Álvarez, 2022). En relación con estas dinámicas, surgió la interrogante ¿Cree que existen suficientes oportunidades para que la mujer acceda a un cargo directivo? Frente a esto Castro (2022), quien se desempeña en el ámbito del

sonido y la producción radial en Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM, mencionó que, si bien han existido varios cambios de mentalidad acerca de la mujer locutora, todavía en ciertas emisoras la mujer y consecuentemente su voz es considerada sutil y de complemento a la voz del hombre, quien vendría a ser la cabeza del programa.

De acuerdo con Espinel (2022), la locutora de la Universidad Técnica de Cotopaxi expuso que cuando se le pidió formar parte de un programa de radio fue justamente bajo la premisa de ser la voz “dinámica” “fresca” y el llamado “equilibrio de hombre y mujer” dejando de lado el hecho de que desde un inicio fue un proyecto presentado por ella, mismo que contaba con un enfoque de ayuda social.

Por ello, no se intenta separar a la mujer de su parte humanística, ya lo decían las autoras Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez (2009) “Una razón de esa percepción “benigna” que se tiene de la radio, es que las situaciones de dominación resultan más sutiles en ella que en otros medios” (p. 445). Sin embargo, ¿En qué consiste este llamado equilibrio?

El concepto de perspectiva de género aplicado en un entorno profesional exige considerar el cumplimiento de la paridad de género, crear herramientas y estrategias que potencien el crecimiento de hombres y mujeres visto desde sus necesidades subjetivas. No obstante, el hecho de colocar a una mujer y a un hombre en un programa radial no se alinea a una igualdad transparente. La equidad no se enfoca en brindar el mismo espacio a una mujer y a un hombre, sino en permitirles adquirir actividades semejantes, oportunidades de crecimiento estables y de niveles de complejidad a la par.

Situación contraria a lo manifestado por Castro (2022) quien en su experiencia con varias locutoras mujeres reiteró “Yo no saco nada de provecho si te pongo a locutar porque eres mujer y tienes una voz bonita sino si en realidad puedes desarrollar el programa a cabalidad” (Castro, 2022). El productor agregó una visión más técnica del manejo de la voz de la mujer en la radio. Es así que, entra en análisis los objetivos planteados al estructurar una programación radial. El sostiene que “En un programa de la mañana, consideran a un hombre locutor como el indicado. Sin embargo, la

perspectiva de antaño de creer que los locutores varones dominan la radio va cambiando. Antes se pedía que el locutor tenga una voz fuerte y lo mencionaban como una voz de “hombre”, ahora se valoran las voces más naturales” (Castro, 2022)

Baquerizo Neira, G., & Umpierrez de Reguero, S. (2019) considera que “La reproducción radial exime a hombres y mujeres de la exposición mediática de sus cuerpos. El hecho de que la radio sólo reproduzca la voz de quienes ocupan lugares de locución dificulta de hipersexualización de las mujeres propia, por ejemplo, de los formatos de comunicación audio-visual” (p.991). De allí que, el manejo de la voz resulte un punto importante al considerar a una mujer en un cargo directivo o de conducción de un programa de radio.

Paralelamente resultó necesario interpretar las diferentes dinámicas que se dan en un entorno laboral radial dirigido por una mujer. La llamada “Vieja escuela” refiriéndose a los métodos de aprendizaje antes puestos en práctica con los y las locutoras quienes se iniciaban en el mundo de la Radio, dejó un precedente de expectativas acerca del rol de un líder. Citando a la “Teoría de la congruencia de roles del prejuicio hacia las mujeres líderes” de Alice Eagly, H. y Steven J. Karau (2005) a partir de este concepto se facilita la comprensión de las dinámicas laborales actuales en comparación con las antiguas presentes en una emisora. En el caso de la directora de Radio Primicias de la Cultura, (Álvarez, 2022) manifestó:

Mis jefes varones nos han hecho sentir a todo el equipo quien tiene la llamada “voz de mando” en la vieja escuela era normal manejar un ambiente con un tono de voz elevado al momento de dar una orden. Este ambiente inhibe la creatividad y hasta el respeto mismo que se debería tener a un superior por el mismo hecho de sentirse maltratado (Álvarez, 2022)

Denotando un factor importante y es que existe un punto de cambio visto desde las mujeres directoras quienes, desde su subjetividad prefieren manejar un entorno laboral armónico y vinculado a crear nexos de familiaridad con los colaboradores. Sin embargo, no siempre llega a ser un pensamiento compartido por las y los trabajadores

en su totalidad. Al igual que lo mencionado anteriormente, depende de la individualidad emotiva de cada persona, empero, sigue siendo una responsabilidad de la mujer a cargo llevar adelante el medio.

Esta lista interminable de obligaciones resulta mucho más pesada de ejecutar si se maneja un discurso de enemistad con la mujer gerente y se la posiciona en un rol de imposición y enemistad. Ideología presentada por la periodista de la Universidad Técnica de Ambato quien expuso lo siguiente:

Los hombres con mujeres el trato es más suave y acertado, son menos controladores, la mujer te presiona más y es complicado trabajar. Los compañeros hombres siempre tratan de ayudarte, especialmente cuando estás ingresando al medio. Si te encuentras con una mujer de directora van a chocar, una dinámica mujer - mujer choca, somos más egoístas, con los hombres no nos vemos como competencia” (Abambari, 2022).

El concepto de competencia dentro de espacios ocupados por mujeres es estudiado a raíz de la concientización por parte de la llamada cultura feminista. El feminismo es interpretado desde varias perspectivas y autores. Es así que su principal objetivo es la toma de consciencia de las mujeres como un colectivo humano frente al cumplimiento de sus derechos en relación con la opresión de un sistema patriarcal y de entidades mayoritariamente dominadas por hombres. Dicho esto, el ser mujer y considerar a una mujer competencia alimenta la doctrina de ser entes contrarias y nocivas.

Las estructuras patriarcales nos presentan parámetros invisibles por cumplir dentro de la sociedad. Con la finalidad de catalogarnos de acuerdo a estos condicionamientos tanto mujeres y hombres se enfrentan a la obligación de cumplir ciertos requisitos a fin de ser respetados y tomados en cuenta en el ámbito social y mucho más en el profesional.

Mantener un discurso de enemistad con las mujeres que rodean a otras en un entorno laboral, desde su ingreso al establecimiento, limita las oportunidades de crecimiento y la adquisición de un estilo de vida íntegro a corto y largo plazo. Opinión compartida

por la directora de Radio Primicias de la Cultura quien asegura: *“No hay día que no exista en la prensa una nota de comunicación acerca de una gran mujer que hace historia. Nos estamos aprendiendo a conocer y dar la mano entre mujeres”* (Álvarez, 2022).

En febrero del año 2021, la tasa de desempleo según el sexo de acuerdo a la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2021 presentada por el INEC ubicó en un 7,3% para las mujeres y 4,6% para los hombres. De esta manera corroborando la disparidad de mujeres desempeñándose en el ámbito laboral por diversos factores, justamente el de la preparación profesional y académica.

Sin embargo, los criterios vertidos por los y las entrevistadas muestran un panorama alentador. Al consultarles ¿Qué cambiaría si existieran más mujeres ocupando cargos directivos? La coordinadora de logística y locutora de UTC Radio 102.9 FM manifestó *“Todo sería mejor, el equipo de trabajo intentaría desempeñarse de una manera más ordenada. Se vería un cambio muy grande en los medios, las mujeres vemos más allá de las cosas, no buscamos cumplir por cumplir. Queremos llegar a un objetivo en común”* (Espinel, 2022).

Opinión compartida por la directora de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM quien asegura que *hoy las mujeres nos regalan todo ese trabajo bien realizado y la oportunidad de hacer el trabajo que antes solo estaba dirigido para los hombres. Las mujeres nos regalan un voto de confianza porque las mujeres seguimos trabajando.* (Álvarez, 2022)

Finalmente, el desarrollar una investigación acerca del liderazgo femenino y la perspectiva de género presente en las radios universitarias: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM de la Universidad Técnica de Ambato y UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi, representó comprender las dinámicas actuales y el contexto presente en cada emisora universitaria.

Es así que se desmonta la idea de la mujer gerente desligada de los objetivos empresariales netamente por el hecho de ser mujer y se analiza desde una perspectiva distinta la existencia de un nexo emocional. La mujer se desempeña de acuerdo a sus

habilidades, a la preparación académica que ha ido adquiriendo a lo largo de su trayectoria profesional y claramente en base a sus experiencias previas como en su personalidad al igual que un hombre.

Por un lado, la interpretación teórica del concepto de género y liderazgo femenino, y por otro el accionar de cada espacio referente a las oportunidades de crecimiento de la mujer dentro de la radio, precisó el análisis previamente explicado acerca de las experiencias de cada locutor y locutora a lo largo de su trayectoria profesional. Seguido de la asimilación de sus actitudes y comportamientos dentro del entorno laboral. Además, de un estudio comparativo del liderazgo femenino entre ambas radios universitarias.

No obstante, el hecho de contar con un manejo administrativo que gire en torno a la empatía y al establecimiento de vínculos sea con un jefe hombre o una jefa mujer permite un mejor desarrollo de proyectos y cumplimiento de actividades. Criado (2012) sostiene que las mujeres directivas fomentan el dialogo y la interrelación. Además, de conseguir el compromiso e involucración de todos los miembros del equipo. En concreto, el liderazgo de una mujer logra la implicación de todos los trabajadores y puede integrarse a un estilo de liderazgo masculino, más competitivo y ligado al éxito empresarial (p.28).

CAPÍTULO IV

IV. CONCLUSIONES

4.1 Conclusiones

La información recolectada a lo largo de la investigación estuvo directamente relacionada al quehacer periodístico en el mundo de la radio, discurso de género presente en las emisoras universitarias, estructuración de puestos de conducción dentro de las parrillas de programación y dinámicas de convivencia entre hombres y mujeres frente a un liderazgo femenino. De dicho modo se llega a las siguientes conclusiones:

- En referencia al objetivo general planteado desde el inicio de la investigación, se encontró que si existe una percepción de género establecida en las radios universitarias: Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM de la Universidad Técnica de Ambato y UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Los y las profesionales que se desempeñan en ambas emisoras cuentan con un conocimiento idóneo acerca de la equidad de género, asimismo a través de sus trayectorias profesionales están conscientes de la actual inequidad de oportunidades para la mujer en el ámbito mediático y en el acceso a puestos gerenciales. Sin embargo, también comparten la idea de encontrarnos en constante evolución ideológica y normativa.
- Al contar con tres mujeres entrevistadas y tres hombres entrevistados se pudo entablar un análisis comparativo. Se denotó un manejo de ideas patriarcales tanto en hombres como mujeres de ambas radios universitarias, tales como:
 - Representación de la mujer bajo el estigma de priorizar vínculos emocionales dentro del entorno laboral, consecuentemente desligada del cumplimiento de objetivos en su totalidad.
 - Repartición de actividades consideradas de mayor complejidad exclusivamente a hombres bajo la premisa de considerarlos más aptos

- Discurso de enemistad entre mujeres trabajadoras y mujeres directoras de un medio de comunicación, la mujer como símbolo de competencia y vileza, a diferencia del hombre, mismo que es considerado benévolo y accesible.
 - Se posiciona a la mujer en dos niveles; superior (cuenta con una preparación académica y profesional) e inferior (enfocada a las actividades del hogar y cuidado del vínculo familiar) en concreto, se desvaloriza el trabajo doméstico.
 - La mujer profesional es condicionada a una decadencia laboral simbólica y palpable desde el momento en el que se encuentra embarazada, por ende, se da por hecho que priorizará las responsabilidades maternas antes que las laborales, desligándose de los objetivos corporativos del medio.
- A través de las entrevistas se destaca la existencia de la perspectiva de la mujer encasillada en el mundo privado aun estando en el mundo público, como es el de los medios. La administración directiva de una mujer, en su mayoría, se encuentra imposibilitada de presentar un cumplimiento eficaz debido a estar constantemente ligada a vínculos familiares en su entorno privado, así como la carga emocional de cumplir las expectativas del rol que se le da a la mujer en la sociedad, de estar presta a comprender las situaciones familiares de sus trabajadores, por el hecho de ser mujer.
 - En el caso de UTC Radio 102.9 FM se manifestó que a pesar de impulsar espacios para el liderazgo femenino aun se dirigen las responsabilidades consideradas más “complejas” exclusivamente al director hombre. De allí que se reproduzcan ideas patriarcales en relación a la validación de capacidades y habilidades en la toma de decisiones de las mujeres. De todas formas, se logró constatar que tanto locutores y locutoras, así como los miembros directivos de las instituciones están de acuerdo en promover un entorno laboral con perspectiva de género. Asimismo, se comparte un discurso de equidad de

género respecto a los espacios creados para las mujeres estudiantes y profesionales del ámbito.

- En relación con la identificación de casos de liderazgo femenino y masculino en Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM de la Universidad Técnica de Ambato y UTC Radio 102.9 FM de la Universidad Técnica de Cotopaxi, se descubrió una particularidad en ambas emisoras. En el caso de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM presenta un desbalance de personal femenino, puesto que, de cuatro funcionarios de planta tres son mujeres y un hombre. Por otra parte, en UTC Radio 102.9 FM maneja un modelo administrativo opuesto, ya que en el medio trabajan cuatro personas de planta, de las cuales tres son hombres y una mujer.
- Al diagnosticar las dinámicas de género presente en los entornos laborales de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM en su gran mayoría los locutores hombres relacionan a la administración directiva de una mujer con vínculos emocionales, maternales y de mayor empatía con los miembros del equipo de trabajo. Por su parte, las locutoras mujeres distinguen un liderazgo más bien analítico y organizativo, además de concebir al hombre con una personalidad más relajada y de menor complejidad de trato. Por ende, tanto en hombres como mujeres se repiten ciertas ideas patriarcales.
- A través de las experiencias compartidas por los y las entrevistadas se corroboró que de acuerdo a su trayectoria profesional casi en la totalidad de empleos (90%) han trabajado bajo direcciones masculinas. Las locutoras mujeres manifiestan que las oportunidades de crecimiento para las mujeres son muy limitadas, especialmente por el hecho de cumplir un rol materno y requerir mayor disponibilidad de tiempo a diferencia de los hombres.
- Al analizar el liderazgo de la mujer en la estructura de la parrilla de programación de Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM y UTC Radio 102.9 FM se constató que una de cada tres mujeres entrevistadas permite la continuidad de un casi imperceptible discurso de enemistad entre mujeres en

el ámbito profesional. De esta forma, se presentaron dos visiones de la mujer en cargos gerenciales: la primera encasillada en un rol de discordia y contrariedad en un entorno mujer jefa – mujer empleada y la segunda mujer directora – mujer empleada como fuente de aprendizajes e inspiración.

- Se visibilizó una realidad laboral para la mujer periodista, misma que en muchos casos está normalizada. De acuerdo a su trayectoria profesional, uno de cada tres hombres locutores entrevistados comparte la idea de que la mujer alcanza puestos directivos solo si se encuentra vinculada a un familiar quien labore en el medio y facilite su ingreso. Es así que, se comprobó la situación de inequidad de género presente en los cargos directivos.
- En la actualidad Radio Primicias de la Cultura 104.1 FM se encuentra bajo la dirección de una mujer y UTC Radio 102.9 FM bajo la dirección de un hombre. Aunque a través de las entrevistas se demostró que cada medio busca integrar al equipo más personas del sexo opuesto al de su número mayoritario de locutores y locutoras. En el caso de la Universidad Técnica de Cotopaxi presenta un 50% de programas conducidos por mujeres. Por su parte, en la Universidad Técnica de Ambato casi la totalidad de sus espacios (90%) son conducidos por mujeres, sin emplear un parámetro de complejidad en la distribución de actividades para hombres y mujeres. Sin embargo, la figura del hombre es inequitativa.

En definitiva, se concluye que la mujer netamente por el hecho de ser mujer se encuentra totalmente apta para conducir un programa radial y para su posible adquisición de un puesto directivo. La perspectiva arcaica de considerar a los locutores varones como entes dominantes de la radio se ha visto modificada por la demanda de voces más *naturales* y este cambio de ideologías es perceptible en las radios universitarias. Los y las profesionales de la radio a pesar de compartir ciertas ideas patriarcales buscan establecer un entorno laboral con perspectiva de género y promover la creación de oportunidades de crecimiento para la mujer locutora.

ANEXOS

Anexo 1. Transcripción de entrevistas

Entrevista #1: Alex Mullo - UTC

- **Pregunta de Ambientación – Trayectoria profesional**
- **De acuerdo a su experiencia, ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio? ¿Qué programas radiales estarían destinados para conducir una mujer y que programas debería conducir un hombre?**

Alex: El rol de la mujer depende del objetivo, no más bien ligado a su género, sino a los objetivos de la parrilla de programación y de los fines y políticas editoriales del medio de comunicación.

- **¿A lo largo de su carrera profesional, en los diversos medios en lo que ha trabajado ha estado más bajo una dirección masculina o femenina?**

Alex: He estado más bajo la dirección de directores hombres. Considero que el trabajo de una mujer como directora es muy bien planificado y estructurada.

- **En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?**
- **¿El ambiente laboral era diferente al tener un hombre como jefe que una mujer como jefe? ¿O era igual? ¿En qué se diferenciaba?**

Alex: A diferencia de un direccionamiento masculino, las mujeres manejan una dirección más empática y emocional. Tienen un rol de vínculo familiar a diferencia de los directores hombres se rigen al cumplimiento de los objetivos propios de la emisora.

- **En su opinión, ¿Cree que existen suficientes oportunidades para la mujer en fin de que accedan a un cargo directivo?**

Alex: Las oportunidades dependen de la capacidad de la persona. De acuerdo a mis experiencias laborales han existido mujeres a cargo de emisoras, pero en su mayoría han estado ligadas a un vínculo familiar con el dueño del medio de comunicación. Si se plantea que la mujer llegue a un cargo directivo por méritos sin la necesidad de estar presente en el núcleo familiar, personalmente no he visto.

Dentro del proceso de dirección por el mismo hecho de que la mayoría de emisoras son privadas y pertenecen a una misma familia, nace la dirección de la emisora.

- **En su opinión, ¿Debería haber más mujeres al frente de un medio de comunicación?**
- **¿Qué cambiaría si existieran más mujeres en cargos directivos?**

Alex: Creo que es importante democratizar los espacios, lo relevante de la participación de la mujer es esta parte de esta capacidad analítica, estratégica, reflexiva, propositiva que de cierta manera puede generar una dirección femenina de una emisora. Existe un rol importante de la mujer en estos procesos y de la experiencia que yo he tenido, básicamente este rol de dirección va mucho más allá de un rol de jefe, es un rol de liderazgo. Un liderazgo empático, ese es un elemento interesante que aporta al desarrollo de una emisora.

- **Si en este momento le ofrecerían un cargo de dirección de acuerdo a su experiencia laboral, ¿Usted se sentiría preparado para ocupar un cargo directivo?**

Alex: Consideraría que para manejar un proceso de dirección de una emisora el reto es muy relevante, dependiendo de la tipología de la emisora y de sus fines. No es lo mismo dirigir una radio comercial, que una publica o una comunitaria. Es importante primero entender la tipología del medio para poder establecer hacia donde se gestionan sus objetivos y principales logros. A partir de allí, habría que analizar pudiese contribuir de mejor manera. Desde mi experiencia he tenido más experiencia en lo comercial, si me preguntan en este momento, ¿Conozco la tipología de la radio comunitaria? Entiendo sus fines, pero no como es la construcción de sus redes. Dependiendo la tipología pudiese contribuir al desarrollo que persiga una emisora.

Entrevista #2: Lucía Abambari - UTA

- **Pregunta de Ambientación – Trayectoria profesional**
- **De acuerdo a su experiencia, ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio?**

Lucía: La intervención de la mujer en los medios de comunicación desde mi experiencia ha sido casi imperceptible, siempre he tenido directores hombres.

- **En su opinión, ¿En qué se diferencia una mujer locutora de un hombre locutor?**

Lucía: No encuentro ninguna diferencia, todos tenemos las mismas capacidades y obligaciones. Solo debemos estar aptos para ocupar el puesto en específico.

- **¿Qué programas radiales estarían destinados para conducir una mujer y que programas debería conducir un hombre?**

Lucía: No considero que existan diferencias en ese sentido, tanto hombres y mujeres estamos preparados para conducir y producir un programa de todo tipo. El problema es que a las mujeres se las sexualizan, por ejemplo, en la televisión o en la radio solamente al escuchar la voz de una mujer la audiencia ya se imagina como es físicamente cuando la mayoría de veces no es así.

- **¿A lo largo de su carrera profesional, en los diversos medios en lo que ha trabajado ha estado más bajo una dirección masculina o femenina? En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?**

Lucía: En mi caso bajo la dirección de más hombres. En una oportunidad tuve una jefa mujer, pero no duré más que un día, creo que es la manera de tratar, los hombres con las mujeres el trato es más suave y acertado. Si te encuentras con una mujer de directora van a chocar, una dinámica mujer - mujer choca, somos más egoístas, con los hombres los objetivos son diferentes que con las mujeres. En mi caso no me complementé con la jefa y preferí salir.

- **¿El ambiente laboral era diferente al tener un hombre como jefe que una mujer como jefe? ¿O era igual? ¿En qué se diferenciaba?**

Lucía: Al estar más bajo la dirección de un hombre podría calificar al trabajo como un poco complicado, porque a la par que vas trabajando vas adquiriendo experiencia. Considero que los hombres tienen mayor tiempo para dirigirte. El ambiente laboral era diferente, en mi experiencia me sentía muy bien con los compañeros hombres, yo diría que los hombres son menos controladores, la mujer te presiona más y así intentes trabajar no puedes. Los compañeros hombres siempre tratan de ayudarte, especialmente cuando estás ingresando al medio hasta que tomes el ritmo del trabajo, mujeres con hombres no nos vemos como competencia.

- **En su opinión, ¿Debería haber más mujeres al frente de un medio de comunicación?**

Lucía: Sí, pero yo me baso en otro ámbito profesional, por ejemplo, la mayoría de las mujeres buscan trabajar como presentadoras, sin embargo, a mí me gusta trabajar en territorio, salir y buscar la información.

- **En su opinión, ¿Cree que existen suficientes oportunidades para la mujer en fin de que acceda a un cargo directivo?**

Lucía: Las oportunidades de las mujeres son muy limitadas, quizás por el hecho de ser mujer, automáticamente somos mujeres, somos madres entonces la responsabilidad radica por ese lado. El hecho de ser mamá, debes tener más tiempo y en el caso de los hombres de ser papás, no implica mucha responsabilidad.

- **Si en este momento le ofrecerían un cargo de dirección de acuerdo a su experiencia laboral, ¿Usted se sentiría preparado para ocupar un cargo directivo?**

Lucía: Si, yo me siento en la capacidad de ocupar un puesto de mando, es mi aspiración y yo estaré con todas las ganas de enseñar a las personas que estén bajo mi cargo tal cual como yo empecé en el ámbito periodístico.

Entrevista #3: Dayana Espinel – UTC

- **Pregunta de Ambientación – Trayectoria profesional**
- **De acuerdo a su experiencia, ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio?,**

Dayana: En Radio UTC siempre tratamos de ser equitativos, debe haber un locutor hombre y una locutora mujer en la mayoría de programas. Sin embargo, (jefe hombre) se encarga de las *entrevistas fuertes*, nadie más puede realizarlas. Inclusive, al estar de vacaciones se delegó a otro locutor hombre en ese cargo, no a una mujer. Es equitativo en el resto de programas *más tranquilos*.

- **En su opinión, ¿En qué se diferencia una mujer locutora de un hombre locutor?**

Dayana: Una mujer locutora no precisamente siempre va a ser la voz suave y bonita, porque también hay mujeres con una voz fuerte quienes deberían ser caracterizadas y respetadas por esa voz. Sin embargo, en la Radio se considera a la mujer como el tono suave del programa y hay que salir de ese esquema y de esa zona de confort diciendo que somos la parte delicada. Las mujeres también somos la parte fuerte, quienes podemos encargarnos de las entrevistas fuertes. ¿Por qué siempre dejar a los hombres esta parte?

- **¿Qué programas radiales estarían destinados para conducir una mujer y que programas debería conducir un hombre?**

Dayana: En la Radio Universitaria UTC 102.9 FM, hay un programa denominado “Generación Millennial” enfocado netamente a las mujeres desde el empoderamiento femenino y es justamente desde la Asociación Femenina Universitaria, por ende, son mujeres locutoras las que dirigen y se empoderan del programa. Por ello consideraría que en un programa de ese tipo debería haber solo mujeres, sin embargo, si podría locutar un hombre porque desde mi visión el feminismo es igualdad.

- **¿Usted cree que existen suficientes oportunidades de crecimiento para la mujer dentro de la Radio?**

Dayana: En la Radio Universitaria es un poco complicado, solo está el productor (hombre) y no existe una persona que te dirija o te impulse a aprender. Todas las actividades las realizamos como estudiantes. Considero que, si las mujeres tenemos las ganas y queremos entrar, no se le niega la entrada a nadie en Radio UTC, siempre y cuando exista el compromiso de su parte.

- **¿A lo largo de su carrera profesional, en los diversos medios en lo que ha trabajado ha estado más bajo una dirección masculina o femenina?**

Dayana: Masculinas totalmente. (Se mencionan varias experiencias laborales) En mi programa “Zona Juvenil” también fue mi profesor de televisión, claro que también el dirigía con la mujer, pero *obviamente* él era como que el *principal involucrado*. Solo he tenido una (1) dirección femenina.

- **En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?**

Dayana: Cuando estuvimos bajo la dirección de una mujer era todo mucho más organizado, las mujeres se fijan en los detalles a diferencia de los hombres, esto influye de gran manera al momento de entregar un producto comunicacional como tal. Con los hombres sale el producto como esté, a diferencia de las mujeres quienes hasta el último detalle se aseguran que esté bien y aquello permite desarrollar productos de calidad.

- **¿El ambiente laboral era diferente al tener un hombre como jefe que una mujer como jefe? ¿O era igual? ¿En qué se diferenciaba?**

Dayana: Cuando mi (jefe hombre) me pidió formar parte de un programa de radio, me dijo “Tú vas a darle la voz dinámica, ese aire de frescura, ese equilibrio de hombre y mujer”. Pero en mi mente si pasaba, el programa debe dar un giro total porque es mi proyecto, es dentro de la comunidad, para ayuda de los emprendedores. Necesitamos que esta universidad, que esta radio sea parte de la comunidad. (...) No es solamente es ir y reírse, es el hecho de poder hacerlos sentir parte de nosotros. Tuve la dirección de una (1) mujer quien me enseñó todo lo que sé, no sé cómo llego (jefa mujer) a nuestra vida, pero yo siento que su dirección como mujer y como profesional fue maravillosa. Ella nos impulsó no solo a mi sino a todo el equipo, sabía muy bien lo que hacía, sabía a donde queríamos llegar, los objetivos, las metas. Las mujeres se fijan más en cómo llegar a las personas. *Yo creo que ella llegó más lejos porque aún no era mamá*, cuando ya tienen hijos es más complicado que se mantengan en un cargo gerencial.

- **En su opinión, ¿Cree que existen suficientes oportunidades para la mujer en fin de que acceda a un cargo directivo?**

Dayana: Es complicado, porque yo creo que todavía vivimos en una sociedad un tanto machista, donde hay más directores hombres que directoras mujeres (...) Yo creo que vamos avanzando, las personas van entendiendo que no es el hecho de ser hombre o mujer, sino más bien el cómo se trabaja. Las oportunidades para las mujeres se nos van abriendo un poco más *en el camino*, sin embargo, si es mucho más difícil llegar porque a la mujer se le encasilla en el rol de madre y en las responsabilidades a cumplir dentro del hogar.

- **En su opinión, ¿Debería haber más mujeres al frente de un medio de comunicación? ¿Qué cambiaría si existieran más mujeres en cargos directivos?**

Dayana: Yo creo que estamos avanzando, las personas van entendiendo que no es el hecho de ser hombre o mujer, sino más bien el cómo se trabaja. Todo sería mejor si existieran más mujeres frente a un medio de comunicación, el equipo de trabajo intentaría hacer mejor las cosas, de una manera más ordenada. Se vería un cambio muy grande en los medios, las mujeres vemos más allá de las cosas, no buscamos cumplir por cumplir. Queremos llegar a un objetivo en común.

- **Si en este momento le ofrecerían un cargo de dirección de acuerdo a su experiencia laboral, ¿Usted se sentiría preparado para ocupar un cargo directivo?**

Dayana: Es muy complicado en este momento, ya que apenas me gradué, sin embargo, si me pusieran en este cargo yo siento que lo podría hacer y me desempeñaría muy bien.

Entrevista #4: Walter Castro - UTA

- **Pregunta de ambientación – Trayectoria profesional**
- **De acuerdo a su experiencia, ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio?**

Walter: Considero que no se deberían hablar de roles definidos, puesto que se deberían tomar más en cuenta las capacidades y destrezas de la persona. Por ejemplo, una mujer puede desempeñarse en cualquier rol siempre y cuando siempre y cuando tenga la experiencia necesaria, al igual que el hombre.

- **En su opinión, ¿En qué se diferencia una mujer locutora de un hombre locutor?**

Walter: Considero que no existen diferencias, sin embargo, podría decir que hay pocas mujeres locutoras entonces es difícil encontrar espacios donde las mujeres locuten. Por ello, en el ámbito de la locución la voz femenina tiene una valoración más alta porque es difícil de conseguir.

- **¿Qué programas radiales estarían destinados para conducir una mujer y que programas debería conducir un hombre?**

Walter: No considero que existan diferencias, es cierto que en ocasiones podemos escuchar que ubican a una mujer para un programa juvenil puesto que su voz atrae a los oyentes del sexo masculino. Sin embargo, hoy en día depende del profesionalismo con las puedas realizar una locución. En mi caso, yo no saco nada si te pongo a locutar porque eres mujer y tienes una voz bonita sino si en realidad puedes desarrollar el programa a cabalidad.

- **¿A lo largo de su carrera profesional, en los diversos medios en lo que ha trabajado ha estado más bajo una dirección masculina o femenina?**

Walter: En la mayoría de los medios en los que he trabajado he tenido jefes hombres. En este momento donde me encuentro laborando estoy bajo la dirección de una mujer.

- **En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?**

Walter: Tanto hombres como mujeres han tenido sus pros y sus contras, pero cada uno se ha ganado el respeto y han sido buenos líderes.

- **¿El ambiente laboral era diferente al tener un hombre como jefe que una mujer como jefe? ¿O era igual? ¿En qué se diferenciaba?**

Walter: Si existen diferencias, a veces los hombres son más des complicados en cambio las mujeres son más cuidadosas, ellas están más pendientes de los detalles. Yo calificaría a los dos a la par, por ejemplo, una jefa mujer es más sutil a comparación de un jefe hombre que es más fuerte. Sin embargo, a su forma se han ganado el respeto y la autoridad. En este momento bajo la dirección de una mujer existe una especie de familiaridad, es como si los integrantes del grupo se han identificado de una forma sólida. Las mujeres arman una estructura fuerte.

- **En su opinión, ¿Cree que existen suficientes oportunidades para la mujer en fin de que accedan a un cargo directivo?**

Walter: Sí, a pesar de que veces hay ciertas maneras de pensar que no comparto. Por ejemplo, en un programa de la mañana, que es fuerte para arrancar, consideran que un hombre locutor sería el indicado para empezar la programación diaria. Sin embargo, he visto que ya se dan varios cambios y se empiezan a escuchar las voces de las mujeres desde el inicio del día o en la tarde, rotando. Se va cambiando esa perspectiva de antaño de creer que los locutores varones dominaban la radio, también hay un cambio de idea en cuanto a los locutores. Antes se pedía que el locutor tenga una voz fuerte y lo mencionaban como una voz de “hombre” ahora se están valorando las voces más fuertes y más naturales, aunque todavía hay mucho por trabajar. Pero también de parte de las mujeres el darse a valorar ellas suelen creer que no van a poder desempeñar ese papel y no sentirse infravaloradas.

- **En su opinión, ¿Debería haber más mujeres al frente de un medio de comunicación? ¿Qué cambiaría si existieran más mujeres en cargos directivos?**

Walter: me parece que sería una idea acertada, siempre y cuando tengan la capacidad de hacerlo tanto hombres y mujeres. También depende de que la meta sea sacar adelante al medio, por ejemplo, no sacamos nada en dar equidad a los medios de comunicación, en exigir que todo sea a la paridad si no cumplen el rol

determinado. Lo importante sería que haya equidad, que todos cumplan su rol y que saquen adelante a los medios de comunicación de cualquier tipo.

Entrevista #5: Fernando Salme – UTC

- **Pregunta de Ambientación – Trayectoria profesional**
- **De acuerdo a su experiencia, ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio?**

Fernando: Estoy totalmente de acuerdo en la participación de la mujer. En la acción que tiene la mujer estudiante, la mujer profesional, la mujer docente. En Radio UTC no solamente están hombres locutores, se menciona una destacada participación de mujeres estudiantes, quienes se encargan de la ejecución y desarrollo de un programa de la AFU, además de la mayoría de programas donde contamos con la participación de la mujer. Su rol es fundamental, y siempre aspiramos una participación equitativa, cincuenta por ciento al cincuenta por ciento.

- **En su opinión, ¿En qué se diferencia una mujer locutora de un hombre locutor? ¿Qué programas radiales estarían destinados para conducir una mujer y que programas debería conducir un hombre?**

Fernando: En aspecto comunicacional, por ejemplo, al pensar en los entrevistados del noticiero, nos aseguramos que exista una mujer, cuya historia sea destacada, mujeres desde el ámbito doméstico hasta lo más elevado de la profesionalidad. En la Universidad Técnica de Cotopaxi existen mujeres con una trayectoria y una capacidad de presentar, disertar, analizar e investigar la realidad. Nosotros no hemos desaprovechado la oportunidad de tener en nuestros micrófonos y en cualquier escenario a mujeres de todos los ámbitos de la sociedad.

- **¿A lo largo de su carrera profesional, en los diversos medios en lo que ha trabajado ha estado más bajo una dirección masculina o femenina?**

Fernando: Tendría que ser un balance, sin embargo, me inclino a reconocer que mi mejor etapa de formación bajo la dirección de una mujer.

- **En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?**

Fernando: La mujer quien fue mi jefa cuando trabajé en TC Televisión, es una lideresa con un criterio amplísimo, con un conocimiento basto y una visión del equipo periodístico de envidia. Yo personalmente, aprendí mucho de ella, mi rigurosidad en la labor periodística dependió mucho de la fortuna que tuve al

trabajar con ella. Otra experiencia de crecimiento fue con una investigadora reconocida a nivel nacional, con quien tuve el gusto de trabajar. Básicamente, quienes han aportado en mi desarrollo en el periodismo en su mayoría fueron mujeres que dejaron una escuela espectacular en mí.

- **¿El ambiente laboral era diferente al tener un hombre como jefe que una mujer como jefe? ¿O era igual? ¿En qué se diferenciaba?**

Fernando: Considero que por la misma dinámica que tiene el quehacer periodístico siempre hay una diferenciación, sin desmerecer al hombre o a la mujer el periodismo es una profesión de riesgo. Debemos destacar la necesidad de un desarrollo, en la época en la que yo empecé a ejercer un periodismo, la mujer en los medios de comunicación era considerada prácticamente un adorno, si una mujer reunía características físicas especiales podía ser locutora de un noticiero, sin mayores oportunidades de crecimiento.

- **En su opinión, ¿Cree que existen suficientes oportunidades para la mujer en fin de que acceda a un cargo directivo?**

Fernando: Solamente el accionar de la mujer, el hacer presencia en este tipo de eventos es lo que ha permitido que usted pueda estar realizando esta entrevista y ocupe espacios de cobertura en vivo de los diversos eventos. Siempre ha existido el machismo, si la mujer es bonita o fue candidata a reina en alguna ciudad entonces podría pasar inmediatamente a ser locutora de un canal de televisión grande, sin embargo, no existía la oportunidad de tomar un micrófono y salir a la calle a coberturas. En ese entonces una mujer no podía realizar coberturas deportivas, considero que son espacios que solamente la capacidad de la mujer, su capacidad y su vigencia ha permitido no recuperando porque nunca los tuvo, pero el irse apropiando de estos espacios.

Considero que hay espacios y espacios, en UTC Radio hay todo el espacio de crecimiento necesario para las mujeres, por lo menos el cincuenta por ciento del equipo son mujeres y mujeres estudiantes muy capaces quienes están en condiciones para hacer el tipo de trabajo que se necesita. Los últimos paros han sido cubiertos por mujeres estudiantes de la Radio, existen medios donde no se toman en cuenta a mujeres pasantes o periodistas, considero que, si no empezamos por el quehacer periodístico de campo, será muy complicado que lleguen a un puesto gerencial. Solamente el trabajo de la mujer, la demostración de su capacidad

y de su liderazgo en el quehacer profesional van a permitir que sigamos apropiándonos y sigamos reconociendo esa valía.

- **En su opinión, ¿Debería haber más mujeres al frente de un medio de comunicación?**

Fernando: Sí, es necesario, es posible y menester. Como lo menciono, de mis experiencias y parte de mi crecimiento personal dos de ellas han sido con mujeres capaces, comprometidas y preparadas. Yo diría que la mujer por naturaleza tiene una posibilidad increíble de organización mental, además de su poder de organización y planificación de mejor manera. Sinceramente yo prefiero trabajar bajo la égida de una mujer que de un hombre.

Entrevista #6: María Eugenia Álvarez – UTA

- **Pregunta de Ambientación – Trayectoria profesional**
- **De acuerdo a su experiencia, ¿Cuál cree que es el rol de la mujer en la radio? O ¿Cuál rol debería cumplir?**

María Eugenia: La mujer es tan importante en un medio de comunicación, como lo es en un círculo más pequeño como la familia, la mujer nació con un don especial como lo es el de empatizar y ser la creadora de una familia. Es ella quien se encarga de unir a un núcleo, a una comunidad. La mujer siempre ha sido generadora de innovación, de creatividad y de investigación. En la Radio, las mujeres tienen una particularidad, ellas ven los detalles de cada persona, cuáles son sus debilidades, fortalezas y como unificar todas estas diferencias en un todo. Ellas actúan como una madre conocedora de las particularidades de cada miembro del equipo y permite que esos engranajes caminen hacia algo positivo, somos emotividad y empatía. En la actualidad, el rol de la mujer en la radio sigue siendo difícil, pese a los avances, aun se tiene ese estigma de machismo. Para una mujer es bastante difícil desmitificar la idea del hombre por encima de la mujer, una mujer debe trabajar más fuerte para demostrar que nuestro trabajo es tan valioso al igual que el del sexo masculino.

- **En su opinión, ¿En qué se diferencia una mujer locutora de un hombre locutor? ¿Qué programas radiales estarían destinados para conducir una mujer y que programas debería conducir un hombre?**

María Eugenia: La voz de un hombre o de una mujer es una herramienta de comunicación y expresión hecha para compartir nuestros sentimientos,

pensamientos y conocimientos con el mundo. Existen diferentes tonos, pero no se diferencian en talento, cada voz tiene su magia y su personalidad. En mi opinión, estamos avanzando en un camino donde la bifurcación de años atrás donde estaba bien marcado el papel del hombre sobre el rol de la mujer, se mantiene una lucha diaria para que estas ideologías no se mantengan y tanto hombres y mujeres vayamos juntos y no como competencia. Años atrás si existían programas donde la mujer no podía entrar como por ejemplo en el periodismo deportivo, narración toril o presentadores musicales. Sin embargo, en la actualidad, esto ha ido cambiando, ya no existen programas radiales que deban ser conducidos netamente por un hombre o por una mujer, ambos tenemos las mismas capacidades. Las personas se dieron cuenta que no solamente se disfrutaban de los vozarrones de antes, impactantes por su fuerza y profundidad, sino también existe la tenacidad de la voz de una mujer.

La mujer en los medios

- **¿A lo largo de su carrera profesional, en los diversos medios en lo que ha trabajado ha estado más bajo una dirección masculina a o una dirección de femenina?**

María Eugenia: Tengo en mis espaldas una carrera de 30 años en la Radio, y todos mis jefes han sido varones. Sin embargo, conocí muy de cerca la capacidad empática de esa posibilidad de generar familia en el seno del trabajo, no directamente con mi jefe, pero si con su hija, director de Radio Ritmo 95, ella construyó parámetros de seriedad, profesionalismo y respeto en la Radio. Ella se convirtió en la mamá de todo el equipo, ella asumió que nos faltaba esa parte de corazón, ya teníamos la parte formal, pero nos faltaba la sensibilidad que caracteriza a la mujer.

- **En el caso de haber tenido jefes mujeres, ¿Cómo calificaría su trabajo a cargo de un medio o una empresa?**

María Eugenia: En el caso particular que mencione anteriormente, haciendo una comparación entre mi jefe de aquel entonces y su hija, mientras él nos daba las órdenes del día de una forma cordial y formal, ella manejaba una forma mucho más fácil de llevar los escenarios. El papel de la mujer funge en la negociación de una forma mucho más sutil, de llegar a ese pedido con el mejor ánimo. De esta manera aprendí que los problemas se pueden solucionar con un trato amable y

afectuoso ya que los colaboradores son parte de un equipo que se vuelven familia, si un colaborador está pasando por un momento difícil en su núcleo familiar obviamente se verá reflejado en su trabajo, aunque técnicamente esto no debería ser así. Somos humanos y nos manejamos con sentimientos, por más que busquemos ser profesionales siempre habrá nubarrones que nos quiten ese brillo, allí debe estar implícita la empatía, comprensión y sensibilidad, propias características de una mujer.

- **¿El ambiente laboral era diferente al tener un hombre como jefe que una mujer como jefe? ¿O era igual? ¿En qué se diferenciaba?**

María Eugenia: Sí, mis jefes varones nos han hecho sentir a todo el equipo quien tiene la llamada “voz de mando” y en la vieja escuela era normal manejar un ambiente con un tono de voz elevado al momento de dar una orden. Este ambiente inhibe la creatividad y hasta el respeto mismo que se debería tener a un superior por el mismo hecho de sentirse maltratado. En mi experiencia, el machismo siempre ha estado presente, en la época de los 90 yo soñaba con ser locutora, ya me había rechazado el “mejor locutor” de Ambato de aquel entonces, él me dijo que yo no tenía voz para Radio. Esta experiencia triplico mi deseo por ser locutora y estar atrás de un micrófono. A partir de allí, estudié Comunicación Social, tuve la oportunidad de realizar algunas prácticas en una estación muy importante de la ciudad. Aprendí de edición y comencé locutando en los espacios de agro a las cuatro de la mañana. Yo estaba a la vista de las personas que hacían radio en ese momento, lo cual me permitió conocer al jefe de la estación y que él conozca mi trabajo. Él me preguntó si yo conocía a un locutor que desearé hacer un programa el fin de semana e inmediatamente me ofrecí para el puesto. Mi jefe me miró y me dijo “Imposible usted es mujer” en ese entonces las mujeres no teníamos ese respaldo de otras mujeres que alcen su voz en contra de ese tipo de comentarios machistas. Fue tanto mi insistencia, yo trabajaba toda la noche hasta el siguiente día, él me mencionó que eran horas “fuertes”. Fue duro, pero fue una grata experiencia, tuve que aprender géneros que yo en ese momento no manejaba, ese encierro en la cabina de grabación para mí significó una cátedra práctica. Pasó un mes, mi jefe escuchaba el programa, vio mi tenacidad y me dio la oportunidad de estar en el programa estelar con una duración de tres horas. Por ello, menciono que, en ese entonces, el machismo estaba muy presente, los locutores hombres

podían estar en todos los espacios y horarios, pero las locutoras mujeres sí estaban limitadas. El machismo todavía existe, pero ya no es tan latente la mujer ahora está lista para cualquier reto y espero que en los próximos años más mujeres estemos al frente de este medio, tan increíble y mágico que es la Radio.

- **En su opinión, ¿Cree que existen suficientes oportunidades para la mujer en fin de que acceda a un cargo directivo?**

María Eugenia: Yo creo que en el tiempo en el que nos encontramos, tanto hombre y mujer si se nos abren esas oportunidades para cargos directivos. En mi caso, para llegar a este cargo directivo tuve una trayectoria de más de treinta años aprendiendo, cometiendo errores y aprendiendo de ellos. Yo llegué a ser directora de Radio Primicias de la Cultura luego de haber pasado por muchas estaciones de la ciudad, de la provincia y del país, al igual que en el extranjero. Tanto hombres como mujeres estamos en la misma capacidad de ser directores, gerentes, presidentes o presidentas de una nación, líderes que lleven en la consciencia el encaminar a sus colaboradores a una meta y reconocer cuando se cumple un objetivo que se lo debes a tu equipo.

- **En su opinión, ¿Debería haber más mujeres al frente de un medio de comunicación? ¿Qué cambiaría existieran?**

María Eugenia: Claro que sí, las mujeres estamos hechas para enfrentar cualquier reto, estamos capacitadas. No hay día que no exista en la prensa una nota de comunicación acerca de una gran mujer que hace historia. Nos estamos aprendiendo a conocer y dar la mano entre mujeres. No a pelear derechos, sino mas bien a demostrar ese trabajo El hombre y la mujer somos seres, con valores, con alma, desempeñándonos en los diferentes ámbitos de cultura, política, ciencia e investigación y en la misma Radio. Hoy las mujeres nos regalan todo ese trabajo bien realizado y la oportunidad de hacer el trabajo que antes solo estaba para los hombres. Nos regalan un voto de confianza porque las mujeres seguimos trabajando. Si hablamos de Ambato, somos una cuna de grandes locutoras, tenemos esta fama de contar con los mejores, por ello la mujer siempre ha brillado y brilla con luz propia tras un micrófono.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Andrade-Martínez, C., Castillo-Yépez, C., & Suing, A. (2020). Las radios universitarias en Latinoamérica: Caso Ecuador. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (12), 66-80. <https://doi.org/10.37135/chk.002.12.04>
2. ASAMBLEA NACIONAL REPUBLICA DEL ECUADOR. (2018). LEY PARA PREVENIR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES. https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ley_prevenir_y_erradicar_violencia_mujeres.pdf
3. ASAMBLEA NACIONAL REPUBLICA DEL ECUADOR. (2013). LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
4. Barranquero, A., & Baeza, C. S. (2012). Teoría crítica de la comunicación alternativa para el cambio social. El legado de Paulo Freire y Antonio Gramsci en el diálogo Norte-Sur. *Razón y palabra*, (80). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524426004.pdf>
5. Baquerizo Neira, G., & Umpierrez de Reguero, S. (2019). Liderazgo femenino en los diarios digitales El Comercio y El Universo de Ecuador. *Revista de Comunicación*, 18(1), 33-51. <http://dx.doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A2>
6. Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 4(8), 53-76. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5181393>
7. Beard, M., & Furió, S. (2018). *Mujeres y poder*. Editorial Crítica. http://www.conectadas.com.ar/wp-content/uploads/2020/04/mujeres_y_poder.pdf
8. Beaudoux, V. G. (2014). Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social. *Ciencia política*,

9(18), 20-20.

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/cienciapol/article/view/52305>

9. Buenaño, A. M. A., Panchi, V. C., & Cañizares, J. C. (2017). Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias. Friedrich Ebert Stiftung Ecuador. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/13410.pdf>
10. Campos, G., & Martínez, N. E. L. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
11. Cárdenas Calderón, E. C. (2016). El techo de cristal en el mercado laboral femenino: caso de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE en la ciudad de Quito en el periodo 2009-2014 (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). <http://hdl.handle.net/10644/5327>
12. Castellanos Lara, M. G. (2014). Mujeres periodistas en el Ecuador (Bachelor's thesis, Quito, 2014.). <https://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/oai-23000-4196>
13. Chaher, S., & Santoro, S. (2007). Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género. <http://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/jspui/handle/123456789/61>
14. Córdova, C. (2020). Mujeres en noticieros estelares televisivos ecuatorianos: Análisis de representación. # PerDebate, 4(1), 156-179. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/2039/2286>
15. Criado Calero, E. (2012). Mujeres sin poder en los medios de comunicación: exclusión de las periodistas de los cargos directivos de la empresa informativa. https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/117582/TFM_2012_criadoE.pdf?se
16. Cuadrada, C. (2011). Mujeres y espacios. *Triangle: llenguatge, literatura, computación*, (4), 1-24. <https://raco.cat/index.php/triangle/article/view/388896>.
17. Darraz, M. C. F. (2017). La valoración en el discurso de la enseñanza de la historia. Aportes para el análisis del androcentrismo. *Revista Signos. Estudios de lingüística*, 50(95). <http://revistasignos.cl/index.php/signos/article/view/133>

18. Delgado, M. L., Sola Martínez, T., & Cáceres Reche, M. (2007). El liderazgo femenino en los cargos directivos: un estudio longitudinal en la Universidad de Granada (1990-2005). *Educación y educadores*, 10(2), 177-194. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-12942007000200012
19. De Los Ríos, M. J., & Martínez, J. (1997). La mujer en los medios de comunicación. *Comunicar*, 5(9), 97-104. https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/08_EducDHyMediacionEscolar/Contenidos/Biblioteca/Lecturas-Complementarias/Lagarde_Genero.pdf
20. Díez, P. L. (2008). Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar. *Feminismo/s*, (11), 95-108. <https://www.pilarlopezdiez.eu/documents/FeminismosMediospropuestasparaavanzar.pdf>
21. Dodds, T., Amor, I. M., & Tomas Dodds, A. I. (2016). Posicionamiento de las mujeres como locutoras en las transmisiones de programas radiales en Santiago de Chile. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22(2), 981-993. <https://doi.org/10.5209/ESMP.54247>
22. Domínguez, J. F. M., & Guirado, M. I. C. (2004). Introducción: teoría de la congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos. *Revista de psicología general y aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 57(2), 135-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=997831>
23. Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological review*, 109(3), 573. <https://psycnet.apa.org/buy/2002-13781-007>
24. Elizundia, A. M., & Yaulema, M. Á. (2021). Publicidad y construcción de un imaginario social: Representación del género femenino en televisión ecuatoriana. *Revista de ciencias sociales*, 27(1), 241-254. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7817695>
25. Fassio, A. N. (2018). Reflexiones acerca de la metodología cualitativa para el estudio de las organizaciones. *Ciencias administrativas*, (12), 73-84. <https://doi.org/10.24215/23143738e028>

26. Figueroa, J. G., & Franzoni, J. (2011). Del hombre proveedor al hombre emocional: construyendo nuevos significados de la masculinidad entre varones mexicanos. *Masculinidades y políticas públicas. Involucrando hombres en la equidad de género*, 64-83. https://staging-americalatinagenera.kinsta.cloud/wp-content/uploads/2015/06/2011_Libro_Masculinidades_y_Politicas.pdf#page=65
27. García-Retamero, R., & López-Zafra, E. (2006). Congruencia de rol de género y liderazgo: el papel de las atribuciones causales sobre el éxito y el fracaso. *Revista latinoamericana de Psicología*, 38(2), 245-257. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-05342006000200002
28. Guzmán Jiménez, A. G. (2021). Diseño de una propuesta de radio con perspectiva de género para la Universidad Andina Simón Bolívar como estrategia contrahegemónica frente al androcentrismo mediático (Master's thesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). <http://hdl.handle.net/10644/8183>
29. Heredia, E. B., López, A. R., & Agulló, C. C. (2011). Laberinto de cristal en el liderazgo de las mujeres. *Psicothema*, 23(2), 173-179. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72717169002.pdf>
30. Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2021). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2021. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Febrero-2021/202102_Mercado_Laboral.pdf
31. Kawulich, B. B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2715>
32. Loscertales, F., & Núñez, T. (2009). La imagen de las mujeres en la era de la comunicación. *Ic revista científica de información y comunicación*, (6). <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/6/4.2%20Loscertales.pdf>
33. Moscoso Carvallo, M., Quinatoa Cotacachi, E., León, E., Moscoso Cordero, L., & Carrasco Molina, J. (2013). Historia de mujeres e historia de género en el Ecuador. Una mirada al aporte de las mujeres en la historia del Ecuador en

la ruta del bicentenario. Quito: Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural/Ministerio de la Cultura.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54966.pdf>

34. Organización Panamericana de la Salud. (2021). Mujeres líderes en la salud y por la salud: Acelerar el logro de la igualdad de género en el contexto de la COVID-19. Informe del panel virtual. Iris Institucional Repository for Information Sharing. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/54293>
35. Ramírez Alvarado, M. D. M. (2003). Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/33660/medios_comunicacion_violencia_mujeres_full.pdf?sequence=1
36. Sau, V. (2001). Diccionario ideológico feminista (Vol. 2). Icaria Editorial. <https://rb.gy/9xbnck>
37. Segura, K. S., Rincón, R. O., & Casanova, J. V. “Mujeres en la radio”: una apuesta por el empoderamiento femenino y el cambio social. <http://hdl.handle.net/10584/7645>
38. Tharenou, P., Latimer, S., & Conroy, D. (1994). How do you make it to the top? An examination of influences on women's and men's managerial advancement. *Academy of Management journal*, 37(4), 899-931. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256604>
39. Tonon, G. (2009). Reflexiones latinoamericanas sobre investigación cualitativa. Universidad Nacional de La Matanza-Prometeo. Buenos Aires. <https://revistaumanizales.cinde.org.co/rlicsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/606>
40. Urcuango, A., & Villavicencio, W. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) Documento Metodológico. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Septiembre-2021/202109_Metodologia_ENEMDU.pdf