



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Comunicación

**“LA REPRESENTACIÓN FEMENINA EN LA
LOCUCIÓN DE LOS MEDIOS RADIALES CON
MAYOR AUDIENCIA DE LA CIUDAD DE
CUENCA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL
AÑO 2024”**

AUTOR: Santiago Olmedo Paute Merchán

Director: Mg. Hans Ochoa

Cuenca – Ecuador

2025

Resumen

La investigación sobre la representación femenina en la locución radial de cuatro emisoras de Cuenca durante el 2024 aborda la desigualdad que continúa existiendo en este ámbito. A nivel mundial, la locución ha sido dominada por hombres, asignando a las mujeres roles secundarios basados en estereotipos de género. En Ecuador, aunque la radio es un medio altamente consumido, las mujeres aún enfrentan barreras y estereotipos que limitan su representación. Las emisoras que se analizarán son las cuatro más escuchadas a nivel de hogar (todos los días, todas las horas, ambos sexos, de un rango de edad de 25 a más de 40 años) en Cuenca según los resultados del análisis realizado por “Mercados & Proyectos” publicado en 2024. Dichas radios son Cómplice FM, Tomebamba FM, Súper 949 y La Suprema. La investigación examinará, mediante un enfoque cualitativo, la participación femenina en diversos géneros de programación, incluyendo noticieros y programas de entretenimiento, para identificar las dinámicas de género en el tiempo al aire y los roles asignados a las locutoras. También se analizarán las jerarquías de poder que perpetúan la representación desigual y sexista. Finalmente, la investigación busca entender cómo la radio puede influir en el cambio social hacia una mayor equidad de género en el país.

Palabras clave: Desigualdad de Género, Estereotipos de Género, Locución Radial, Medios de Comunicación, Representación Femenina.

Abstract

The research on female representation in radio broadcasting at four radio stations in Cuenca during 2022-2024 addresses the inequality that continues to exist in this field. Worldwide, radio broadcasting has been dominated by men, assigning women secondary roles based on gender stereotypes. In Ecuador, although radio is a highly consumed medium, women still face barriers and stereotypes that limit their representation. The radio stations to be analyzed are the most listened to at the household level in Cuenca (every day, every hour, both sexes, age range 25 to over 40 years) according to the results of the analysis conducted by “Mercados & Proyectos” in Cuenca Ecuador, published in 2024. These radio stations are Cómplice FM, Tomebamba FM, Súper 949 and La Suprema. The research will examine, through a qualitative approach, female participation in various programming genres, including news and entertainment programs, to identify gender dynamics in airtime and the roles assigned to female broadcasters. It will also analyze the power hierarchies that perpetuate unequal and sexist representation. Finally, the research seeks to understand how radio can influence social change towards greater gender equity in the country.

Key words: Female Representation, Gender Inequality, Gender Stereotypes, Media, Radio Broadcasting.

Dedicatoria

Con inmenso aprecio a las voces femeninas de la radio cuencana.

Agradecimientos

A Dios, a mi querida Universidad del Azuay y todos sus docentes, a Julia y Olmedo por ser mi apoyo incondicional, a toda mi familia radial y a todos mis oyentes que me permiten acompañarlos en su vida y brindarles felicidad. Bendiciones.

Índice de Contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Índice de Tablas	9
Problemática	10
Capítulo 1.....	11
1. 1. Introducción.....	11
Capítulo 2.....	13
2. 1. Estado de la cuestión.....	13
2. 2. La radio como medio de comunicación	15
2. 2. 1. La radio en el Ecuador	16
2. 2. 2. La radio en Cuenca – Ecuador	18
2. 2. 3. La radio como herramienta de cambio social	19
2.3 Teorías para el análisis.....	20
2. 3. 1. Teoría de la representación de Stuart Hall.....	20
2. 3. 2. Teoría feminista de la comunicación	21
2. 3. 3. Teoría Crítica de los Medios y su Aplicación.....	22
2. 4. Roles de género y estereotipos en la locución	23
2. 4. 1. La dominación masculina en la locución y su impacto	27
2. 4. 2. Las voces femeninas en los medios de comunicación	28
2. 4. 3. Las mujeres en la radio ecuatoriana.....	31

2. 5. Análisis de las 5 emisoras más escuchadas de Cuenca durante el 2022 e inicios del 2024.....	33
2. 5. 1. Radios más escuchadas 2024.....	36
Capítulo 3.....	37
3. 1. Marco Metodológico.....	37
3. 2. Hipótesis y/o preguntas de investigación.....	38
3. 3. Objetivos.....	38
3. 3. 1. Objetivo General.....	38
3. 3. 2. Objetivos Específicos.....	38
3. 3. 3. Universo y Muestra.....	39
3. 3. 4. Instrumentos de recolección de datos.....	39
3. 3. 5. Resultados Esperados.....	40
Capítulo 4.....	41
4. 1. Análisis y Discusión de Resultados.....	41
4. 2. Análisis de las Entrevistas.....	42
4. 2. 1. Análisis de la entrevista realizada a Jorge Piedra, director de Tomebamba 102. 1 FM; Luna Piedra y Verónica Vásquez, locutoras (Anexo 3).....	42
4. 2. 2. Análisis de la entrevista realizada a German Piedra, director de Súper 949 FM; y Juliana Piedra, locutora (Anexo 4).....	46
4. 2. 3. Análisis de la entrevista realizada a Mónica Merchán, directora de La Suprema Estación 96.1 FM; y Doménica González, locutora (Anexo 5).....	50

4. 2. 4. Análisis de la entrevista realizada a Silvia Abad, directora de Radio Cómplice 99.7 FM; y Marlene Vintimilla, locutora (Anexo 3).....	52
Capítulo 5.....	55
5. 1. Análisis y Discusión de resultados	55
5. 2. Conclusiones.....	65
Referencias y Anexos	67
Anexos	75
Anexo 1.....	75
Anexo 2.....	76
Anexo 3.....	78
Anexo 4.....	83
Anexo 5.....	87
Anexo 6.....	90
Anexo 7.....	91
Anexo 8.....	92
Anexo 9.....	93
Anexo 10.....	94

Índice de Tablas

Tabla 1	57
Tabla 2	58
Tabla 3	59
Tabla 4	62
Tabla 5	63

Problemática

A pesar de que la radio es un medio ampliamente consumido en Ecuador, las mujeres continúan relegadas a roles secundarios y estereotipados. Esto se traduce en una representación limitada que refuerza nociones tradicionales sobre el género y perpetúa jerarquías que favorecen a los hombres. Desde la década de 1990, aunque ha habido avances en la visibilidad de las voces femeninas gracias al feminismo y a la radio, estudios recientes indican que su participación sigue siendo escasa en formatos clave como noticieros y programas de entretenimiento. Aunque la participación femenina en las emisoras de la ciudad continúa creciendo, su representación no se traduce en un cambio real en los estereotipos.

Este contexto demuestra la necesidad de una investigación sobre la representación femenina en cuatro emisoras de Cuenca - Ecuador durante el 2024, que busca analizar no solo la cantidad de locutoras, sino también al tipo de trabajo que realizan y el tipo de intervenciones, con el objetivo de aportar a la poca investigación sobre las dinámicas de género en la locución radial de la ciudad.

Capítulo 1

1. 1. Introducción

La radio ha sido, desde su aparición, un medio de comunicación de enorme influencia en la configuración de imaginarios sociales, culturales y políticos, sin embargo, a pesar de los avances legislativos y discursivos en materia de igualdad, la participación de las mujeres en la locución radial continúa marcada por desigualdades estructurales que las relegan, en muchos casos, a roles secundarios.

La presente investigación tiene como objetivo analizar la representación femenina en la locución de las cuatro emisoras con mayor audiencia en la ciudad de Cuenca durante el año 2024: Cómplice FM, Tomebamba FM, Súper 949 y La Suprema. A partir de un enfoque cualitativo y mediante el uso de técnicas como el análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas a directores y locutoras.

En ese sentido, los resultados de la investigación evidencian una clara subrepresentación femenina en la locución cuencana, pues en varias emisoras analizadas, como Súper 949 o La Suprema, el porcentaje de mujeres locutoras no supera el 30%, y cuando están presentes, su participación se da principalmente en programas de entretenimiento, con escasa presencia en espacios informativos o de análisis político. Además, las entrevistas realizadas reflejan percepciones compartidas sobre la existencia de sesgos de género, tanto en la asignación de roles como en la recepción del público. Las locutoras consultadas identifican barreras simbólicas y estructurales que afectan su credibilidad, autonomía discursiva y posibilidades de liderazgo dentro del medio. El análisis se sustenta en marcos teóricos como la teoría de la representación de Stuart Hall, que permite comprender cómo los medios reflejan la realidad social y la construyen simbólicamente; la teoría feminista de la comunicación, que problematiza la

construcción del género en los discursos mediáticos; y la teoría crítica de los medios, que evidencia cómo las estructuras de poder configuran las narrativas y jerarquías en los espacios comunicacionales. Desde estas perspectivas, se entiende que la radio puede ser una herramienta de transformación social si se promueve una participación equitativa y libre de estereotipos.

En este sentido, el estudio aporta a la escasa producción académica local sobre género y medios, y propone recomendaciones orientadas a fomentar una mayor equidad en la locución radial, como la implementación de políticas editoriales con enfoque de género, capacitaciones internas y la promoción activa de voces femeninas en todos los géneros de programación. La representación de las mujeres en la radio no puede limitarse a su presencia cuantitativa; es imprescindible analizar los contextos de poder en los que se desarrolla y su potencial transformador en una sociedad aún marcada por profundas desigualdades.

Capítulo 2

2. 1. Estado de la cuestión

Históricamente, la locución en Ecuador ha sido un campo masculinizado; la construcción de la identidad de los locutores se ha basado en estereotipos de masculinidad que han relegado a las mujeres a roles secundarios. Sin embargo, desde la década de 1990, con el auge de la radio comunitaria y el feminismo, se han comenzado a visibilizar las voces femeninas en este espacio.

De acuerdo con la DW Akademie, en el 2016 el 98 % de la población afirmaba ver televisión de manera habitual, mientras que el 83 % escuchaba la radio. En este sentido, la radio continúa siendo, fuera de las áreas urbanas, el medio más consumido y, geográficamente, el que tiene mayor alcance en Ecuador (Gehrke et al., 2016). En el 2024, en Ecuador, la mayoría de los medios de comunicación fueron estaciones de radio, que constituyeron el 54.51% del total. Los medios impresos representan una cuarta parte, con el 26.2%, y el porcentaje restante corresponde a las estaciones de televisión, con lo cual se demuestra la relevancia de la radio para las audiencias, lo que la hace imprescindible para su análisis (La Hora, 2024).

La presente investigación se fundamenta en varias teorías que explican el tema planteado, por ejemplo, la teoría de la representación de Stuart Hall (1997) que establece que los medios no solo reflejan la realidad, sino que también la construyen, en ese sentido, es importante entender como las voces femeninas pueden influir en la percepción de género en la sociedad. De la misma manera, la teoría feminista de la comunicación busca descomponer los estereotipos de género en los medios y promueve una mayor equidad en la representación (Kellner, 1995). Así mismo, el enfoque de la teoría crítica de los medios también es necesaria, ya que permite analizar la manera en la que los discursos mediáticos pueden perpetuar o desafiar estructuras de poder (Alsina y Estrada, 2017).

De igual manera, existen estudios que rescatan el papel fundamental de las mujeres en la radiodifusión. Investigaciones en países como Argentina, Australia y Estados Unidos, entre otros, revelan como las mujeres han sido actores clave en este medio, desafiando estereotipos y abriendo nuevos espacios de participación. Estos trabajos actualizan la historia de la radio, poniendo de manifiesto cambios en la programación y los debates sobre la identidad femenina y la opinión pública (Skoog, 2023).

Tal como lo señala Skoog (2023) a nivel internacional, la relación entre el feminismo y la radio femenina es evidente. Programas como “Woman's Hour” y organizaciones como la IAWRT surgieron en un contexto de creciente movilización feminista, demostrando que los movimientos sociales pueden influir en los medios de comunicación

Por otra parte, investigaciones recientes han comenzado a abordar la representación femenina en los medios ecuatorianos. Desde un enfoque de género, hay experiencias tanto a nivel mundial como en Latinoamérica que destacan el empoderamiento femenino y los avances logrados gracias a la creación de radios (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, 2008). No obstante, en Ecuador, los estudios sobre comunicación y género suelen centrarse en los medios masivos, sin hacer distinciones entre los medios privados, públicos y comunitarios (Zhuma, 2022).

Además, un análisis de contenido de programas radiales llevado a cabo por Martínez (2022) revela que, aunque las mujeres están comenzando a ser más visibles en la locución, su representación sigue siendo limitada y frecuentemente se les asignan roles estereotipados, como el de la "mujer amable" o "la madre cuidadosa". Este tipo de representaciones refuerzan ideas preconcebidas sobre el rol de la mujer en la sociedad, dificultando una verdadera equidad.

Por otra parte, según los resultados del estudio técnico de programas de entretenimiento en medios y redes sociales elaborado por Fundación GAMMA (2022), la asignación de roles tradicionales en los programas de entretenimiento, con hombres como presentadores y mujeres como figuras del espectáculo, refuerza una jerarquía de género, esta distribución de roles subordina a las mujeres y posiciona a los hombres en roles de liderazgo. Así mismo, el análisis del lenguaje utilizado en los programas de radio revela patrones diferenciados según el género, las mujeres, en promedio, emplean un vocabulario y una entonación que denotan mayor respeto en sus expresiones, mientras que la normalización de las "bromas" sexuales contribuye a una cultura misógina y violenta. Estudios antropológicos evidencian que las sociedades que suprimen la discusión abierta sobre sexualidad suelen experimentar mayores tasas de violencia, especialmente hacia las mujeres.

La radio, siendo un medio de gran alcance, tiene el potencial de influir en la percepción de género y promover cambios sociales. Sin embargo, los estudios existentes revelan que, a pesar de una mayor visibilidad, la representación de las mujeres sigue siendo estereotipada y su rol en la comunicación está condicionado por jerarquías de género que favorecen a los hombres. Esto resalta la necesidad de continuar investigando y cuestionando estas dinámicas para fomentar una representación equitativa y para desafiar las estructuras que perpetúan la desigualdad y la violencia de género en la sociedad ecuatoriana (Mier, 2019).

2. 2. La radio como medio de comunicación

Al igual que otras tecnologías del siglo XX, la radio experimentó un crecimiento exponencial, convirtiéndose rápidamente en un medio esencial para transmitir información y entretenimiento durante varias generaciones. Su historia comienza con Guillermo Marconi y su exitosa transmisión inalámbrica en 1901, posteriormente, los desarrollos tecnológicos

consolidaron a la radio como un medio de comunicación fundamental, marcando el inicio de una nueva era en la historia de las comunicaciones (Hernández, 2016).

Es así que la radio se convirtió en un precursor fundamental de tecnologías modernas como la televisión, el internet inalámbrico y el radar, marcando un antes y un después en las comunicaciones. Con su transmisión de 1899 a través del Canal de la Mancha, Marconi consolidó la radio como una tecnología revolucionaria; este logro, que cubrió casi 50 kilómetros, demostró al mundo el potencial del nuevo “telégrafo sin hilos” para la comunicación a larga distancia (Etecé, 2024).

Posteriormente, la necesidad de comunicación en la Primera Guerra Mundial impulsó el desarrollo de la radio. Al finalizar el conflicto, esta tecnología se adaptó para uso civil, dando lugar a la radio comercial y marcando el inicio de una nueva era de entretenimiento y noticias. Así mismo, durante la década de 1930, marcada por la crisis económica, fue también una época de auge para la radio; el programa de Orson Welles, “La Guerra de los Mundos”, puso de manifiesto el poder de este medio para influir en la opinión pública, incluso generando pánico a nivel nacional (Silveira, 2023).

De la misma manera, Silveira (2023) señala que la radio desempeñó un papel fundamental durante la Segunda Guerra Mundial, sirviendo como una herramienta tanto para informar a la población sobre el conflicto como para difundir propaganda. Tras la guerra, la radio experimentó un renacimiento, ofreciendo una amplia variedad de programas que iban desde dramas radiofónicos hasta transmisiones deportivas. Este periodo es considerado la edad de oro de la radio.

2. 2. 1. La radio en el Ecuador

Por otra parte, la historia de la radio en Ecuador inicia en la década de 1920 con proyectos experimentales. Uno de los primeros fue Radio París, fundada en Guayaquil por Francisco Andrade en 1926, que transmitía óperas y mensajes al exterior. Esta estación marcó un hito en el uso de las ondas hertzianas para difundir cultura y entretenimiento a pesar de sus limitaciones tecnológicas. En 1929, el gobierno impulsó la creación de la primera estación oficial, Radiodifusora Nacional, en Quito, que transmitía música, eventos deportivos y noticias locales.

Este fue el inicio de un crecimiento formal de la radiodifusión, consolidado en los años 30 con estaciones destacadas como Radio El Prado en Chimborazo y HCJB La Voz de los Andes en Quito, la cual innovó al transmitir en varios idiomas (Yaguana, 2014).

Según Hernán Yaguana, Doctor en Comunicación y Periodismo (2014), durante los años 40, la radio ecuatoriana experimentó un notable auge, en parte impulsado por la Segunda Guerra Mundial y la necesidad de regular las comunicaciones. Fue en este contexto que la programación radial se expandió para incluir radionovelas, programas culturales y noticieros, alcanzando gran popularidad tanto en zonas urbanas como rurales. Este crecimiento continuó en los años 50 y 60, aunque la televisión comenzó a ganar terreno, llevando a las emisoras a centrarse más en la música y el entretenimiento comercial.

En las siguientes décadas, la radio ecuatoriana continuó evolucionando, adaptándose a los avances tecnológicos y las nuevas regulaciones, como la reformada Ley Orgánica de Comunicación de 2013 (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013), que fomentó la producción de contenido nacional. Hoy en día, la radio sigue siendo un medio relevante y accesible en Ecuador, con una programación que combina música, noticias y entretenimiento, desempeñando un papel vital en la vida cotidiana de sus oyentes

Con el tiempo, la radio ecuatoriana ha evolucionado y adaptado sus formatos para responder a los cambios tecnológicos y a las demandas de su audiencia, convirtiéndose en un medio accesible y de confianza para amplios sectores de la población.

2. 2. 2. La radio en Cuenca – Ecuador

La radiodifusión en Cuenca tuvo sus inicios en 1938 de la mano de Alejandro Orellana, quien construyó el primer transmisor de radio de la ciudad. A principios de los años 40, José Heredia Crespo, con la ayuda del destacado radiotécnico Octavio Espinoza, fundó la primera estación radial cuencana, "La Voz del Tomebamba", ubicada en el edificio de la Asociación de Empleados (Cardoso, 2011).

La década de 1940 marcó un hito en la radiodifusión cuencana con la transición a la onda media (AM). Durante este periodo, surgieron diversas estaciones radiales que enriquecieron la oferta de contenidos para los oyentes, entre ellas Radio Cuenca, Radio Universal y Ondas Azuayas (Freire y Andrade, 2021).

La creciente audiencia de los programas radiofónicos impulsó a los comerciantes a invertir en publicidad. Lo que comenzó como un simple reconocimiento a los patrocinadores, pronto se transformó en una relación comercial fundamental para el sostenimiento de las emisoras (Brito et al., 2009).

Hernán Yaguana y Washington Delgado publicaron un libro en 2014 titulado "85 años de la radiodifusión en Ecuador", donde se señala que las emisoras más populares fueron la Voz del Tomebamba, Popular Independiente, Ondas Azuayas, La Voz del río Tarqui, Cuenca, El Mercurio, Splendid, Ondas Azules y Visión (Freire y Andrade, 2021).

Sin embargo, Freire y Andrade señalan que “pese a la presencia de actividad radiofónica en Cuenca, existen insuficientes estudios sobre las emisoras y la radiodifusión entre 1960 y 1980.

Este déficit influye en la dificultad para la conceptualización de los hitos y personajes más importantes de la programación radial cuencana” (Freire y Andrade, 2021, p. 6).

2. 2. 3. La radio como herramienta de cambio social

La radio ha sido históricamente una herramienta poderosa de cambio social, capaz de llegar a comunidades diversas y facilitar el diálogo en torno a temas de interés público. En América Latina, la radio ha tenido un papel vital en la educación, la promoción de la democracia y la inclusión de voces marginadas.

Según Fraser y Restrepo-Estrada (2001) la radio comunitaria es particularmente eficaz en movilizar comunidades, permitiéndoles expresar sus preocupaciones y crear conciencia sobre temas sociales y políticos. En Ecuador, la radio ha sido un medio para impulsar cambios en temas de derechos humanos y visibilización de minorías (Rodríguez C. , 2014).

La posibilidad de transmisión en tiempo real y la accesibilidad de la radio han permitido que el medio sea ideal para compartir información crítica y para crear espacios de discusión sobre temas de género y derechos humanos, fortaleciendo la cohesión y el empoderamiento comunitario (Gumucio-Dagron, 2001). Este impacto social ha demostrado que la radiodifusión hace más que informar, sino que contribuye activamente a la transformación social.

Entre varios de los cambios sociales que puede generar la radio está la promoción de la participación social al permitir que la sociedad participe en debates públicos de forma igualitaria, independientemente del nivel educativo de los oyentes (Rodríguez, 2020). De igual forma, la radio puede ayudar a construir lazos y pertenencia dentro de una comunidad, ya que es un espacio de comunicación que puede recuperar la palabra y hacerla colectiva (Foro Digital de Herramientas para la Producción de Contenidos Radiales, 2020).

Tal como lo señala Barquero (2022) “la radio posee un poder único para educar y orientar a la sociedad pues, su capacidad para llegar a un público amplio, la convierte en una herramienta invaluable para promover el conocimiento, fomentar el debate para generar consciencia” (p. 11). Por ello, es fundamental que los mensajes transmitidos sean responsables y constructivos, evitando cualquier contenido que pueda generar divisiones o violencia.

2.3 Teorías para el análisis

2.3.1. Teoría de la representación de Stuart Hall

Stuart Hall, uno de los teóricos más influyentes en el campo de los estudios culturales, propone, en su teoría de la representación, que los medios de comunicación reflejan la realidad, pero que la construyen en igual medida. Según Hall (1997), la representación es un proceso en el que el significado se crea a través del lenguaje y los sistemas simbólicos, lo que implica que las imágenes, discursos y palabras utilizados en los medios forman parte de un sistema de significación que configura la manera en la que el público interpreta y entiende el mundo. Para Hall, la representación se articula en tres enfoques teóricos principales, el reflectivo, el intencional y el constructivista.

En el enfoque reflectivo se cree que el significado de las cosas existe de forma independiente y el lenguaje simplemente lo refleja como un espejo, mientras que el enfoque intencional enfatiza en que el significado es un producto social, no algo individual ni algo que exista de forma independiente en las cosas, son las personas, como comunidad, quienes construyen el significado a través del lenguaje (Hall, 1997).

Por otra parte, el enfoque constructivista señala que los significados no son fijos, sino que son el resultado de construcciones culturales que dependen de contextos y relaciones de poder (Barker y Jane, 2016). Así, la representación femenina en los medios, y en este caso en la

locución radial, es el resultado de procesos socioculturales que definen y limitan las imágenes y discursos asociados con el género, y que están sujetos a las ideologías predominantes en nuestro contexto.

Este enfoque es relevante para analizar la manera en la que las mujeres en la radio ecuatoriana son representadas y como esta representación puede reforzar o desafiar los roles tradicionales de género. En el ámbito de la locución, la teoría de la representación de Hall sugiere que las voces femeninas comunican y que están cargadas de significados sobre el rol de la mujer en la sociedad. Estos significados pueden limitar o empoderar a las mujeres, dependiendo de los discursos que se establezcan y reproduzcan en los medios (Du Gay et al., 1997).

2. 3. 2. Teoría feminista de la comunicación

La teoría feminista de la comunicación es una corriente que busca transformar las estructuras sociales a través de un análisis crítico de los medios y una práctica comunicativa comprometida con la igualdad de género (Piñeiro, 2022). Su objetivo principal es comprender y desafiar las estructuras de poder que han mantenido a las mujeres en una posición de subordinación (Castro y Bronfman, 1993).

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la construcción de las representaciones sociales de género. Pueden perpetuar estereotipos sexistas y limitar las oportunidades de las mujeres, o bien, visibilizar sus luchas y promover la igualdad (Instituto Nacional de las Mujeres, México, 2003).

Por otra parte, la autora Mulvey (1975) analiza la forma en la que las mujeres son construidas como objetos de deseo a través de la mirada masculina, aunque en primera instancia ella realiza su crítica desde el cine, esto es aplicable a la radio de la misma manera. Es así que,

sin que los oyentes tengan acceso visual a las locutoras, las formas en que estas son descritas, introducidas o incluso moduladas en sus programas pueden estar sujetas a una mirada masculina que cosifica y reduce su papel a cumplir ciertos estándares de atractivo y feminidad.

De la misma manera, la autora Gill (2007) argumenta que, “aunque las mujeres han ganado una mayor presencia en los medios, todavía enfrentan restricciones sobre cómo deben presentarse debido a que el aumento en la participación femenina no ha cambiado fundamentalmente los discursos dominantes en torno al género” (p. 13). De esta manera, muchas mujeres locutoras pueden encontrarse en un contexto en el que aparentan tener igualdad de oportunidades, pero en el que las expectativas sobre su desempeño siguen siendo estrictas y estereotipadas. Las locutoras, entonces, pueden ser valoradas más por su voz atractiva que por sus conocimientos o habilidades comunicativas.

2. 3. 3. Teoría Crítica de los Medios y su Aplicación

Esta teoría sostiene que los medios son más que plataformas de transmisión de información, sino que son herramientas poderosas que reflejan y perpetúan las estructuras de poder en la sociedad, especialmente en relación con el género. Para los autores, los medios actúan como mecanismos de control que imponen ideologías dominantes y limitan el pensamiento crítico. En el caso de la representación femenina, esto implica que las mujeres en la comunicación sean presentadas en formas que refuercen las expectativas y roles tradicionales de género, dificultando la posibilidad de verlas en roles de autoridad o como líderes de opinión (Adorno y Horkheimer, 1944).

De la misma manera, Herbert Marcuse (1964) señala que los medios de comunicación tienden a normalizar ciertos ideales y valores que favorecen al poder dominante; esta perspectiva crítica sugiere que los roles que las mujeres ocupan en la radio, las temáticas que abordan y el

modo en que se dirigen a la audiencia están en gran medida condicionados por un sistema mediático que sostiene los roles de género tradicionales.

Por otro lado, Hall (1980) sostiene que los mensajes emitidos por los medios están codificados con significados que reflejan la ideología dominante, pero que los receptores pueden decodificar estos mensajes de diversas maneras. Esta teoría sugiere que, aunque los mensajes emitidos a través de sus programas puedan estar alineados con representaciones tradicionales, las audiencias pueden interpretarlos de formas variadas, incluso cuestionando los estereotipos y construcciones de género presentes en ellos.

En este sentido, podemos entender que los roles y representaciones de las locutoras en la ciudad de Cuenca responden y se moldean en torno a estructuras de poder, y que, en algunos casos, se pueda derrumbar esa narrativa desde la resistencia femenina y masculina. Este enfoque ayuda a desentrañar las complejas relaciones entre el poder, el género y el espacio mediático, señalando la importancia de analizar el contenido, el tono y los roles específicos que asumen las mujeres en la radio.

2. 4. Roles de género y estereotipos en la locución

Históricamente, los medios de comunicación han contribuido a la construcción de una imagen hegemónica de la mujer, caracterizada por la sexualización, la dependencia, la sumisión y la limitación a roles domésticos. Esta representación, profundamente arraigada en nuestra cultura, ha sido cuestionada y desafiada por los movimientos feministas y las luchas por la igualdad de género con fuerza durante las últimas décadas (Grupo Ático34, 2024).

Los roles de género en los medios reflejan normas sociales que asignan ciertas características, comportamientos y expectativas a hombres y mujeres, lo cual afecta a la selección de temas que abordan, como a las posiciones que ocupan dentro de la industria.

En este sentido, la teoría de los roles de género plantea que las sociedades asignan a hombres y mujeres diferentes roles y expectativas basados en construcciones culturales de masculinidad y feminidad (Eagly, 1987). Los roles de género no solo se internalizan, sino que también moldean la forma en que se valoran y recompensan las conductas dentro de los espacios de trabajo. En este sentido, las locutoras suelen estar asociadas a roles y temáticas “femeninas”, como entretenimiento, moda, relaciones y bienestar, mientras que los hombres suelen ocupar espacios de información, análisis político o cobertura de temas serios y de interés general.

De igual manera, el término “hegemonía masculina” en los medios se refiere a como las representaciones dominantes refuerzan un ideal masculino y femenino; las mujeres en los medios, incluyendo las radios, enfrentan presiones para adaptarse a estos ideales masculinos de autoridad y competencia, lo que limita su expresión. Dentro de la locución esto puede implicar que las locutoras adopten tonos o estilos asociados con la seriedad para ser tomadas en cuenta en temas de mayor relevancia social, mientras que en programas de entretenimiento pueden adoptar un estilo que refuerce las ideas tradicionales de género (Connell, 1987).

Es así que Palomares (2012), en su estudio “Estereotipos en la radio según el horario de emisión y los contenidos radiofónicos en España”, señala que la influencia del presentador en la percepción de la audiencia es innegable y plantea la pregunta de si la credibilidad de un tema depende del género del presentador. También comenta que, aunque se han logrado avances en la cobertura informativa, la asignación de presentadores a programas específicos podría estar reforzando roles de género tradicionales en la radio, manteniendo vigentes ciertos estereotipos.

En dicha investigación, a través del estudio de horarios y temáticas, se observa que la representación femenina en la radio es limitada y sigue patrones estereotipados, pues los horarios de mayor audiencia y programas de temáticas como deportes, economía y política suelen ser

dirigidos por hombres, mientras que las mujeres predominan en horarios de menor audiencia y programas de entretenimiento o temas de actualidad ligera. Además, se señala que, aunque se ha avanzado en el lenguaje inclusivo y en la visibilización de las mujeres en el periodismo, existen barreras invisibles, como el techo de cristal y el techo de cemento, que limitan su acceso a roles de mayor prestigio y visibilidad (Palomares, 2012).

Este techo de cristal simboliza la barrera que impide a las mujeres alcanzar posiciones de liderazgo, mientras que el techo de cemento alude a las limitaciones autoimpuestas, reforzadas por normas culturales que asocian a las mujeres con roles de apoyo o tareas domésticas. Esto contribuye a que el público continúe asociando la radio con una voz masculina y a que los temas y horarios importantes sean dominados por locutores, perpetuando, así, estereotipos de género en la radio.

Por otro lado, citando a Grupo Ático34 (2024), en su análisis sobre la igualdad, señala que los estereotipos de género impactan en los medios de dos maneras principales. Primero, limitan la presencia femenina, especialmente en prensa escrita y en puestos directivos, a pesar de que las mujeres superan en número a los hombres en las titulaciones de periodismo. Segundo, los medios perpetúan roles tradicionales que relegan a las mujeres al ámbito doméstico y en roles subordinados, reforzando las ideas de género que limitan su representación en el espacio público y profesional.

Así lo confirmó un estudio de ONU Mujeres en 2014, que enfatizó y exigió a los medios de comunicación la necesidad de promover la igualdad de género. Dicho estudio arrojó algunos datos respecto a la representación femenina, como que el 46% de las noticias (en medios impresos y en televisión) promueven estereotipos de género, o que solo un 6% de los contenidos noticiosos inciden sobre igualdad de género (ONU Mujeres, 2014).

Así mismo, en el ámbito informativo, los estereotipos persisten, ya que es poco común que las mujeres sean invitadas como expertas en temas que no estén relacionados con cuestiones de género. No obstante, este panorama está mejorando, así lo señala el proyecto Monitoreo Global de Medios (GMMP) en su informe *Who Makes the News* (2021), que examina contenido informativo en medios de comunicación a nivel mundial cada cinco años. En su informe más reciente, publicado en 2021, se reportó que el porcentaje de mujeres como fuentes expertas aumentó del 9% al 34%, un indicio de que, aunque lentamente, se están produciendo cambios.

Este fenómeno de exclusión y subestimación de las voces femeninas en la radio también se ha observado en otros países. En los Estados Unidos, hasta la década de 1970, los principales programas radiales y noticieros televisivos contaban con locutores y presentadores hombres, con pocas mujeres en roles de primera línea. La autora Douglas (1999) señala que, aunque algunas mujeres lograron ingresar en medios de alta audiencia, muchas veces lo hicieron desde posiciones limitadas o en programas de bajo perfil, restringidas por estereotipos que dictaban que su tono y forma de expresarse eran menos creíbles u objetivas que las voces masculinas.

De esta manera, se concluye que la forma en que vemos el mundo y a las mujeres está influenciada en gran medida por los medios de comunicación, estos pueden generar cambios positivos al mostrar a las mujeres en roles diversos y poderosos, rompiendo con los estereotipos tradicionales. Es importante que los medios promuevan la igualdad de género, visibilicen a mujeres expertas en diferentes campos y fomenten una participación activa de las mujeres en todos los ámbitos de la sociedad. De esta manera, se puede construir una realidad más justa y equitativa (Grupo Ático34, 2024).

2. 4. 1. La dominación masculina en la locución y su impacto

Desde sus inicios, la radio ha sido un medio dominado por voces masculinas, lo cual respondió a una estructura social y cultural que asociaba a los hombres con la autoridad, la objetividad y la capacidad para informar. Esta estructura patriarcal estableció que los temas “serios” como política, economía y deportes debían ser narrados por hombres, mientras que las mujeres, cuando tenían un rol al aire, eran asignadas a tareas de apoyo o programas orientados a temas “femeninos” como el hogar y la familia (López et al., 2004).

Varios autores han señalado que el sesgo hacia la voz masculina como la norma en la radio ha impactado la percepción del público sobre la credibilidad de las mujeres en roles informativos. Este sesgo ha mantenido una desventaja estructural para las mujeres y, además, ha perpetuado una imagen de los medios como un espacio masculino, con pocas oportunidades para la representación femenina en áreas clave de la programación radial (Loscertales y Núñez, 2008).

En países como México y Argentina, se ha evidenciado que los programas de mayor impacto en la radio suelen estar a cargo de hombres, mientras que las mujeres ocupan roles en horarios de menor audiencia o en programas que refuerzan estereotipos; esta distribución desigual no solo se debe a prejuicios de género, sino también a estructuras organizativas que perpetúan esta división. Además, autores como García Canclini (1989) mencionan que las normas de los medios en América Latina tienden a construir la figura del locutor hombre como referencia de credibilidad y autoridad, mientras que las mujeres, incluso cuando logran ingresar en el medio, enfrentan estereotipos y discriminación sutil.

Corroborando con esta opinión, el libro “Los hombres en los Medios de Comunicación” de Lucía Martínez (2009) explora la influencia predominante de los hombres en los medios de comunicación y como esta realidad afecta la equidad de género en el ámbito mediático. Resalta

que los hombres siguen ocupando la mayoría de roles de liderazgo en los medios, mientras que las mujeres, aunque han aumentado su presencia, a menudo enfrentan el techo de cristal que limita su acceso a posiciones influyentes. De esta forma, propone que, “para mejorar esta situación, los medios adopten políticas de igualdad de género y prácticas que permitan la representación balanceada y el acceso igualitario de las mujeres a roles de liderazgo y temas de alta relevancia pública” (p. 116).

De la misma manera, en el documento “Violencias machistas y medios de comunicación” de Andrea Momoitio (2019), se señala la manera en la que los medios contribuyen a la reproducción de estereotipos de género y violencia simbólica contra las mujeres. Entre los aspectos señalados, se destaca su representación limitada de las en roles de liderazgo y como fuentes de información, frente a su mayor presencia en opiniones populares o temas de experiencias personales.

Por otra parte, la persistencia del machismo tradicional, caracterizado por su visión jerárquica de género, socava la equidad y fomenta dinámicas de poder desiguales en las relaciones de pareja, lo que a menudo conduce a situaciones de violencia. Esta problemática ha sido objeto de un creciente interés académico, es así que el Consejo Audiovisual de Andalucía ha identificado un sesgo de género en la cobertura mediática, observando que las mujeres son consultadas de forma desproporcionada en temas relacionados con roles tradicionales de género, como el cuidado y la educación. Sin embargo, en áreas consideradas más "masculinas", como la economía o la ciencia, la presencia de mujeres expertas es escasa (Ruiz, 2021).

2. 4. 2. Las voces femeninas en los medios de comunicación

Los medios de comunicación masivos funcionan como un filtro entre los sucesos del mundo y nuestra comprensión de ellos; en la actualidad son la herramienta más poderosa para

construir nuestra percepción de la realidad. A través de los contenidos que nos ofrecen, los medios nos proporcionan elementos para formar nuestras propias opiniones, muestran modelos a seguir, establecen pautas de comportamiento consideradas normales y otorgan prestigio y legitimidad a ciertas personas, instituciones y al orden social existente (Instituto Nacional de las Mujeres, México , 2003).

Burkle (1997) señala que las representaciones que construyen los medios de comunicación no son neutras, sino que están cargadas de ideas y creencias en específico. Estas ideas, al difundirse a gran escala, influyen en la manera en la que pensamos y actuamos, llegando a moldear la sociedad misma. En muchos casos, las vidas de hombres y mujeres se ven condicionadas por modelos idealizados y poco realistas que los medios promueven, o por no representar a ambos géneros de la misma manera.

Así mismo, Burkle acota que “la construcción del discurso televisivo ha respondido a un grupo en el poder —constituido mayoritariamente por varones—, interesado en mantener a la mujer sometida sin otra aspiración que la superficialidad de su belleza física o el bienestar del hogar” (Instituto Nacional de las Mujeres, México , 2003, p. 4).

No obstante, las mujeres en los medios, aunque son mayoría en la profesión periodística, se encuentran subrepresentadas en los puestos directivos de los medios de comunicación; esta falta de equidad limita su capacidad para determinar los contenidos y la perspectiva desde la cual se abordan los temas de interés para las mujeres. Según datos de la Federación Internacional de Periodistas de 2001, las mujeres apenas ocupaban el 1% de los puestos gerenciales y editoriales, a pesar de representar más de un tercio del total de periodistas (Instraw, 2005).

Sin embargo, aunque los medios de comunicación a menudo refuerzan estereotipos, es importante reconocer su potencial para impulsar cambios positivos. Pueden fomentar la

diversidad, el multiculturalismo y, especialmente, la igualdad entre hombres y mujeres (Instraw, 2005). Uno de los aspectos más positivos es que, gracias a la lucha de las mujeres, están empezando a cambiar las representaciones de género. Si bien los estereotipos tradicionales aún persisten, cada vez es más común encontrar en los medios imágenes de mujeres que trabajan, que son profesionales y que participan activamente en la vida pública (Instituto Nacional de las Mujeres, México , 2003).

Es así que, con el objetivo de hacer oír sus voces y reflejar las realidades de las mujeres, diversos grupos de féminas en América Latina han emprendido iniciativas comunicacionales en los últimos años. A través de diferentes medios, incluyendo las nuevas tecnologías, estos colectivos buscan compartir información, visibilizar problemáticas específicas y promover los derechos de las mujeres, además de su participación dentro de las distintas esferas de la comunicación.

Por ejemplo, Les Pénélopes es una organización encargada de difundir información desde una perspectiva femenina, utilizando diversos medios de comunicación. Esta organización se dedica a conectar a mujeres de todo el mundo, facilitando el intercambio de conocimientos y experiencias, y promoviendo iniciativas que las beneficien. Así mismo, el programa de Mujeres de ALAI garantiza que las mujeres tengan las herramientas y los espacios necesarios para difundir sus opiniones. A través de este programa, ALAI promueve el derecho de las mujeres a la comunicación (prensa, radio, televisión) y facilita la creación de redes que les permitan incidir en la toma de decisiones y construir una sociedad más justa y equitativa (Instituto Nacional de las Mujeres, México , 2003).

2. 4. 3. Las mujeres en la radio ecuatoriana

Tal como se ha venido abordando el tema, se puede concluir que, a pesar de que en muchos medios de comunicación y en las universidades las mujeres son mayoría, se observa que su participación en roles creativos y decisivos sigue siendo minoritaria, especialmente en áreas de alta responsabilidad como la dirección y la producción ejecutiva (Gallego, 2013). Así mismo, agrega que “los medios de comunicación no proponen modelos autónomos y liberadores, sino que siguen defendiendo los intereses masculinos” (p. 1272).

En el Ecuador, la situación no es diferente que la del resto de Latinoamérica, de igual manera, la representación femenina dentro de las radios y demás medios de comunicación sigue siendo, en gran medida, menor en comparación con los hombres.

De esta manera, con el objetivo de reflexionar sobre la imagen de la mujer en los medios de comunicación ecuatorianos, ONU Mujeres (2014) convocó a un panel de destacadas periodistas expertas de medios como Radio Centro, Ecuador TV y Diario El Universo para compartir sus experiencias profesionales y analizar la manera en la que los medios de comunicación suelen presentar a las mujeres de manera estereotipada y en qué medida esto afecta su rol en la sociedad; así mismo, discutieron temas tales como la violencia de género y el acoso laboral que enfrentan las mujeres periodistas.

Las periodistas participantes propusieron estrechar lazos con organizaciones de mujeres para enriquecer sus coberturas sobre temas de género, de esta manera podrían contar con expertas que les brinden información actualizada y análisis profundos, contribuyendo a una opinión pública más informada y comprometida con la igualdad y la inclusión de las mujeres en la producción, creación y difusión de medios de comunicación en el Ecuador.

En Ecuador, algunas de las locutoras más representativas han marcado historia en la radio por su trabajo en la locución y en el periodismo. Entre ellas se destacan María Teresa Guerrero y Ruth del Salto, quienes han tenido una fuerte presencia en medios radiales y televisivos. Esther González, una de las voces emblemáticas en noticias, Carmen Andrade de Radio Centro, Mariuxi Mosquera de Ecuador TV, Mariela Cevallos de Diario El Universo y Janeth Hinojosa, reconocida por su trabajo en temas de investigación, también son figuras clave. Estas profesionales de la comunicación han contribuido a abrir espacios para las mujeres en un medio históricamente dominado por hombres.

En el contexto local, un caso destacado de la representación femenina en la locución fue el programa radial “Mujeres en la Radio” transmitido por más de 15 años a través de Radio Ondas Azuayas todos los sábados desde las 14h00 hasta las 18h00 y conducido por Nidya Pesántez, Sandra López y María Elena Astudillo. Durante ese tiempo, el programa funcionó como un catalizador para visibilizar las voces de las mujeres en los medios de comunicación (GAMMA, 2022).

En 1996, el Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA) tuvo la iniciativa de crear un programa radial que ofreciera una opción informativa diferente, la cual ha sido muy bien recibida por la audiencia de la provincia. De esta manera, se han creado espacios para que organizaciones y movimientos feministas participen activamente, ofreciendo una perspectiva innovadora sobre los acontecimientos actuales. El enfoque del programa trasciende la mera comunicación alternativa, buscando una transformación sistémica para garantizar la sostenibilidad del planeta (GAMMA, 2014).

Por otra parte, es importante mencionar la figura de Martha Cardoso de Piedra, quien es una destacada periodista y locutora cuencana, reconocida por su compromiso con la libertad de

expresión y la defensa de los derechos ciudadanos. Desde temprana edad, estuvo vinculada al mundo de la radiodifusión, especialmente en emisoras como Ondas Azuayas y La Voz del Tomebamba, donde desarrolló gran parte de su carrera.

Junto a su esposo, Jorge Piedra Ledesma, también periodista impulsó una comunicación social orientada a la justicia y al apoyo de las aspiraciones populares. Durante el gobierno de León Febres Cordero, su labor periodística fue crucial en la denuncia de persecuciones y violaciones de derechos humanos, especialmente relacionadas con el movimiento Alfaró Vive Carajo. Además de su trabajo en radio, Martha fue docente en la Universidad de Cuenca; su dedicación y pasión por la comunicación la llevaron a recibir múltiples reconocimientos de instituciones como la Municipalidad de Cuenca, el Gobierno Provincial y diversas organizaciones sociales.

En este sentido, la radio ha sido históricamente una herramienta poderosa de cambio social, capaz de llegar a comunidades diversas y facilitar el diálogo en torno a temas de interés público. En América Latina, la radio ha tenido un papel fundamental en la educación, la promoción de la democracia y la inclusión de voces marginadas. Según Fraser y Restrepo-Estrada (2001), la radio comunitaria es particularmente eficaz en movilizar comunidades, permitiéndoles expresar sus preocupaciones y generar conciencia sobre temas sociales y políticos. En Ecuador, la radio ha sido un medio para impulsar cambios en temas de derechos humanos y visibilizar minorías (Rodríguez, 2014).

2. 5. Análisis de las 5 emisoras más escuchadas de Cuenca durante el 2022 e inicios del 2024

Según el análisis de los resultados obtenidos del estudio titulado "RADIO QUE SE ESCUCHA CON MAYOR FRECUENCIA" en Cuenca Ecuador publicado en diciembre del 2023 y llevado a cabo por PROCACEEL, durante 4 horarios diferentes (6h00 a 9h00; 9h00 a

12h00; de 12h00 a 15h00; y de 18h00 a 21h00), las radios más escuchadas en Cuenca son: 96.1 La Suprema, Tomebamba F.M., Cómplice, Mega y La Chismosa. Cada emisora se destaca con porcentajes significativos en varias franjas horarias; sin embargo, la preferencia de los oyentes varía a lo largo del día, lo que refleja la existencia de diferentes públicos y hábitos de consumo radial según el horario.

6h00 - 9h00 (Mañana) – Anexo 6

En el análisis por horario, se observa que, de 6h00 - 9h00, las radios más escuchadas son la 96.1 La Suprema (17,4%) y Tomebamba F.M. (16,7%), que lideran la audiencia con una programación enfocada en noticias y opinión. Por otra parte, Cómplice FM (8,7%) y La Chismosa (7,7%) también mantienen una presencia fuerte, mientras que La Mega (5,8%) y Canela (3,9%) cuentan un público considerable. Este horario parece estar dirigido a un público mayormente adulto que busca información, análisis y entretenimiento matutino.

9h00 - 12h00 (Mañana - Mediodía) – Anexo 7

En esta franja, la emisora Cómplice (23,7%) lidera la audiencia. Le siguen 96.1 La Suprema (11,8%), Mega (10,5%) y Canela/Sensación (7,9% cada una), con una presencia destacada. Además, el porcentaje de Otras Radios F.M. (13,4%) sugiere que existen múltiples audiencias con gustos diversificados. Durante este horario se destacan los contenidos de entretenimiento y música.

12h00 - 15h00 (Mediodía - Tarde) – Anexo 8

Durante estas horas, consideradas horas pico, la audiencia está dividida entre 96.1 La Suprema (13,3%), Tomebamba FM (11,0%), La Chismosa (11,0%) y Cómplice (10,6%), que representan una fuerte competencia entre sí. Mega (8,6%) también cuenta con una audiencia relevante. El perfil del público durante este horario es de trabajadores en su hora de almuerzo,

amas de casa, estudiantes en cambios de jornada, etc., lo que se ve reflejado entre el contenido informativo y de entretenimiento que son los más escuchados a esa hora.

18h00 - 21h00 (Tarde - Noche) – Anexo 9

Por último, en el horario nocturno, 96.1 La Suprema (12,7%) sigue siendo una de las radios más escuchadas. Le siguen La Chismosa (9,1%), Cómplice (7,3%), Mega (7,3%) y Hit F.M. (7,3%), que mantienen una audiencia considerable. Además, el porcentaje de Otras Radios F.M. (12,9%) sugiere una mayor diversidad de preferencias en este horario. Es probable que el público nocturno sea más joven o esté en busca de contenido de entretenimiento para cerrar el día.

Radios más escuchadas

En conclusión, 96.1 La Suprema se mantiene como una de las radios con mayor audiencia a lo largo del día, destacándose especialmente en la mañana y el mediodía. Cómplice domina la franja de 9h00 – 12h00, aunque su audiencia disminuye en la noche. Por otro lado, La Chismosa y Mega logran una presencia estable en casi todos los horarios. Finalmente, el alto porcentaje de Otras Radios F.M. (12,9%) en la noche sugiere una mayor fragmentación de la audiencia y una competencia más distribuida en ese horario.

En este sentido, para determinar las cinco radios más escuchadas en general, se ha analizado cuáles son las emisoras que cuentan con un alto porcentaje de audiencia en la mayoría de los horarios, por lo que, a partir de los datos, las emisoras con mayor impacto en todas las franjas horarias son (por orden de popularidad): 96.1 La Suprema, Cómplice FM, Tomebamba FM, La Chismosa y Mega.

2. 5. 1. Radios más escuchadas 2024

Por otro lado, de acuerdo con el análisis titulado “Planificador y Evaluador de Radio”, elaborado por la empresa “Mercados & Proyectos” en mayo de 2024 (Anexo 10), las cuatro emisoras con mayor audiencia en la ciudad de Cuenca son: Cómplice FM, Tomebamba FM, Súper 949 y La Suprema.

Este estudio fue aplicado a una muestra representativa de la población perteneciente a los estratos sociales medio y bajo, incluyendo a personas de 25 a 39 años y mayores de 40 años, sin distinción de género. Además, el análisis abarcó diferentes tipos de programaciones, tales como espacios educativos y culturales, noticieros y programas de opinión, revistas radiales, música en general, contenidos románticos y de baladas, así como segmentos dedicados a la salud. Estos datos permiten identificar las tendencias de consumo radial en la ciudad, así como la diversidad de contenidos que captan la atención de la audiencia dentro de los diferentes géneros y formatos de programación.

A partir de estos resultados, el presente estudio tomará como referencia el análisis realizado por “Mercados & Proyectos” para definir el objeto de investigación debido a que es el más reciente. La selección de las emisoras a estudiar en esta tesis se basa en las cuatro radios con mayor audiencia en Cuenca, según dicho informe: Cómplice FM, Tomebamba FM, Súper 949 y La Suprema.

De este modo, el análisis se desarrollará en función de la programación de estas emisoras, considerando los distintos formatos en los que participan las locutoras, tales como noticieros, programas de opinión, revistas radiales, segmentos musicales y temáticos. Esta elección permitirá evaluar la presencia y los roles asignados a las mujeres dentro de las radios con mayor impacto en la audiencia cuencana

Capítulo 3

3. 1. Marco Metodológico

La presente investigación se enmarcó en un enfoque cualitativo que analizó la representación femenina en la locución radial de las cuatro emisoras más escuchadas de la ciudad de Cuenca – Ecuador durante el período 2024. La metodología cualitativa permitió explorar cómo se manifiesta y percibe la participación de las mujeres en el ámbito de la radiodifusión local y los roles que desempeñan.

El diseño de la investigación será exploratorio y descriptivo, permitiendo abordar el fenómeno desde una perspectiva interpretativa. A través de un análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas, se buscará identificar patrones y posibles sesgos en la representación de las mujeres en los distintos programas radiales.

Se realizó un análisis de contenido de la programación emitida por las cuatro emisoras seleccionadas, focalizando la participación femenina y de qué manera se expresa dicha participación. Esto permitió observar la frecuencia de participación de las locutoras, los roles que desempeñan y la temática de los programas. Se consideraron variables como la duración de la intervención de las mujeres, los temas abordados, y su posición (conductoras principales, co-conductoras o invitadas). Se llevó a cabo entrevistas semiestructuradas con locutoras de las emisoras seleccionadas, así como con directores de programación y otros profesionales de la radiodifusión. Estas entrevistas permitieron profundizar en las percepciones y experiencias de las mujeres en este medio, abordando temas como las oportunidades de acceso, las dificultades que enfrentan, y las percepciones sobre la equidad de género en el entorno laboral.

3. 2. Hipótesis y/o preguntas de investigación

- ¿Cuál es el porcentaje de representación femenina en las emisoras seleccionadas de la ciudad de Cuenca – Ecuador frente a la representación masculina?

- ¿Cómo es la representación femenina en las emisoras seleccionadas de la ciudad de Cuenca – Ecuador?

- ¿Existe sexismo en la programación radial de las emisoras seleccionadas de la ciudad de Cuenca – Ecuador según el análisis de las entrevistas y la información analizada?

3. 3. Objetivos

3. 3. 1. Objetivo General

-Analizar la representación femenina en la locución radial las emisoras de la ciudad de Cuenca con más audiencia durante el primer semestre 2024, identificando su participación en los diferentes géneros y formatos de programación.

3. 3. 2. Objetivos Específicos

-Examinar el porcentaje de mujeres locutoras en la programación de las emisoras seleccionadas, comparándolo con la participación de locutores masculinos.

-Identificar los géneros y formatos de programas en los que se presenta mayor o menor representación femenina, tales como noticieros, programas de entretenimiento, culturales o musicales.

-Analizar el rol y las características de la participación femenina en la locución, considerando aspectos como el tiempo al aire, el tipo de intervención y los estereotipos de género reflejados en la programación.

3. 3. 3. *Universo y Muestra*

La selección de las emisoras estuvo basada en criterios de diversidad en cuanto a audiencia y formato de programación. Se priorizaron emisoras con alta audiencia y aquellas que ofrecen diferentes tipos de programas (noticias, entretenimiento, música, cultura, entre otros). Las radios seleccionadas son de la provincia del Azuay, del cantón Cuenca, y son las cuatro más populares de la zona durante el 2024: Cómplice FM, Tomebamba FM, Súper 949 y La Suprema Estación.

3. 3. 4. *Instrumentos de recolección de datos*

Para la recolección de datos, se emplearon dos cuestionarios diseñados específicamente: uno dirigido al/la director/a de las emisoras y otro a una de las locutoras de cada radio. Estos instrumentos buscaron obtener información detallada sobre la estructura, programación y percepción de género dentro de las emisoras seleccionadas. Las preguntas del cuestionario para directores/as abordaron aspectos relacionados con la gestión de la emisora, políticas de programación y estrategias para promover la igualdad de género. Por otro lado, el cuestionario para las locutoras se centró en su experiencia laboral, roles desempeñados y percepciones sobre su participación en la programación (Anexo 1 y 2).

Criterio de inclusión

-Emisoras FM de la ciudad de Cuenca – Ecuador.

-Las cuatro emisoras más populares de la ciudad durante el 2024.

3. 3. 5. Resultados Esperados

-Se obtuvo un análisis cualitativo del porcentaje de mujeres locutoras en las cuatro emisoras seleccionadas, comparando su participación con la de locutores masculinos y evidenciando, o negando, la brecha de género.

-A través del análisis de contenido, se reveló cómo los estereotipos de género influyen en la asignación de roles dentro de los programas y si las mujeres son relegadas a papeles secundarios o estereotipados.

-A través de entrevistas con locutoras y directores, se comprende cómo se abordan las percepciones sobre la equidad de género en la emisora.

-El estudio proporciona recomendaciones prácticas para fomentar una representación más equitativa de las mujeres en la locución radial y en la programación mediática.

Capítulo 4

4. 1. Análisis y Discusión de Resultados

El presente capítulo se enfoca en el análisis de los datos recopilados de las entrevistas realizadas a los/as gerentes y locutoras de las cuatro emisoras más populares durante el 2024 en la ciudad de Cuenca, Ecuador. El objetivo es examinar si efectivamente existe una brecha de género y participación dentro de las emisoras seleccionadas, y evaluar si se fomenta la inclusión de género dentro de dichas radios. Este análisis permitirá probar la hipótesis de que la representación femenina en la locución radial de las emisoras con mayor audiencia de la ciudad es significativamente menor en comparación con la masculina. Se estima que el porcentaje de mujeres locutoras es reducido, evidenciando una brecha de género en la industria. Además, la participación femenina tiende a concentrarse en ciertos formatos y géneros de programas, como el entretenimiento y la cultura, mientras que los espacios informativos y de opinión son mayormente dominados por hombres.

Asimismo, se presume que existen indicios de sexismo en la programación radial, manifestados a través de la asignación de roles específicos a las locutoras, el tiempo al aire, el tipo de intervención que se les permite y los estereotipos de género que pueden influir en la percepción de la audiencia y en las oportunidades laborales dentro del medio. Finalmente, se sostiene que la representación masculina sigue siendo predominante en la radio cuencana, consolidando una estructura en la que los hombres tienen mayor presencia y autoridad en la locución.

4. 2. Análisis de las Entrevistas

4. 2. 1. Análisis de la entrevista realizada a Jorge Piedra, director de Tomebamba 102. 1 FM; Luna Piedra y Verónica Vásquez, locutoras (Anexo 3).

En primer lugar, Piedra menciona que la emisora mantiene un equilibrio en la proporción de locutores masculinos y femeninos en casi todos los programas, con una distribución equitativa de 1 x 1 en los espacios de entretenimiento y en los noticieros de la mañana y noche. Sin embargo, destaca que la ausencia de mujeres en la sección deportiva refleja la persistente segregación de género en ciertos roles dentro de los medios, indicando que, a pesar de los esfuerzos por promover la igualdad de género, algunos espacios como el de deportes siguen siendo dominados por hombres.

En cuanto a los roles asignados a las locutoras, Piedra señala que estas no desempeñan un rol principal en los noticieros, ya que en estos espacios las mujeres asumen funciones de reporteras o voces secundarias. Este dato es relevante porque puede interpretarse como un patrón en el que las locutoras ocupan un lugar periférico dentro de la programación informativa, lo que podría estar relacionado con las limitaciones históricas y culturales de la participación femenina en este ámbito. Por otro lado, la igualdad en el tratamiento de las temáticas por locutores y locutoras es un punto positivo destacado, ya que Piedra asegura que no existe una distinción en los temas tratados según el género de los presentadores. No obstante, es necesario considerar que, aunque no se asignen temáticas diferenciadas por género, las percepciones del público y la recepción del contenido pueden estar influenciadas por las expectativas sociales sobre los roles de hombres y mujeres en los medios.

Respecto al proceso de selección de locutores, el gerente destaca que la emisora no realiza distinción de género y que se prioriza la formación académica y la titulación profesional.

Esta política refleja un enfoque meritocrático y profesional que, en teoría, contribuye a la inclusión y equidad dentro de la emisora. En este sentido, Piedra también reconoce que las locutoras enfrentan desafíos específicos, ya que todavía existen prejuicios machistas en la sociedad que dificultan su pleno desarrollo profesional en los medios. Esta afirmación pone de manifiesto las barreras estructurales que persisten en el entorno mediático, lo cual impacta la visibilidad y el avance de las mujeres en la radio.

En relación con la recepción del público, Piedra menciona que la participación femenina ha sido bien recibida por los oyentes, lo que sugiere una aceptación positiva de la presencia de mujeres en la emisora. Por otro lado, la falta de comentarios o sugerencias directas sobre la representación femenina podría indicar una falta de conciencia crítica o de discusión pública sobre este tema en la emisora, lo cual podría estar relacionado con la normalización de la presencia femenina sin que se generen cuestionamientos más profundos.

En conclusión, en cuanto a la evolución de las dinámicas de género, Piedra resalta que la emisora ha experimentado un aumento en la participación femenina a lo largo del tiempo, lo que refleja una tendencia hacia una mayor inclusión de las mujeres en todos los aspectos de la programación. A pesar de estos avances, sigue siendo evidente que la igualdad de género continúa siendo un objetivo en progreso, ya que algunos espacios, como la sección deportiva, siguen siendo mayoritariamente masculinos. En conclusión, podríamos afirmar que en la presente emisora se está trabajando para mantener un equilibrio de género en su programación, aunque con algunas excepciones y desafíos notables. A pesar de los esfuerzos por promover la igualdad, las barreras culturales y sociales continúan influyendo en la participación y representación de las mujeres en los medios.

Por otra parte, analizando el testimonio de las locutoras de La Voz del Tomebamba, se observa que han logrado acceder a espacios periodísticos, lo que marca una diferencia con otras emisoras donde predominan las voces masculinas en noticias y análisis, no obstante, las entrevistas revelan que la equidad depende más que de la presencia de mujeres, sino del tipo de participación que tienen. Aunque el gerente afirma que no hay una asignación de temas en función del género, las locutoras mencionan que aún existen barreras sutiles que determinan la manera en que son percibidas. Luna Piedra, quien se desempeña como periodista en el noticiero de la mañana, reconoce que ha tenido las mismas oportunidades que sus compañeros, pero también menciona que recibe más comentarios sobre su apariencia física y su forma de locutar en comparación con los hombres. Por otro lado, Verónica Vásquez, con una trayectoria más extensa, señala que, aunque las mujeres han ganado espacios en la radio, aún se enfrentan a prejuicios sobre su credibilidad y capacidad para abordar ciertos temas.

En ese sentido, las entrevistas muestran que las locutoras cumplen un rol de acompañamiento, pero también tienen participación activa en la producción de contenido. Sin embargo, Verónica Vásquez enfatiza que a los hombres se les otorga automáticamente el beneficio de la duda en términos de credibilidad, mientras que las mujeres deben justificar constantemente su capacidad profesional. De igual manera, menciona que las decisiones sobre quién ocupa qué espacios suelen estar influenciadas por prejuicios de género, lo que limita el crecimiento de las locutoras dentro del medio. Otro punto relevante es el impacto de la percepción social sobre las locutoras, tanto Luna como Verónica coinciden en que aún hay resistencia por parte de la audiencia cuando una mujer asume un rol de liderazgo en la radio. Verónica menciona que, si una mujer realiza una crítica política fuerte, es percibida como

“emocional” o “controversial”, mientras que un hombre en la misma situación es considerado un “analista agudo”.

Por otro lado, el gerente admite que las mujeres siguen enfrentando más desafíos en la locución debido a criterios machistas arraigados en la sociedad. Aunque la emisora no ha recibido quejas sobre la representación femenina, las locutoras sí han identificado actitudes sexistas en su día a día. Luna Piedra menciona que ha sido víctima de “*mansplaining*”, (que es cuando un hombre le explica algo a una mujer que ella ya sabe o comprende, haciéndolo de forma superior y asumiendo que ella carece de conocimiento, frecuentemente se manifiesta a través de explicaciones innecesarias, simplificadas o que interrumpen lo que la mujer está comunicando (Alonso, 2023)), y que constantemente recibe críticas no solicitadas sobre su trabajo. Es así que las locutoras también resaltan el impacto de la radio en la percepción de género de la audiencia; según Verónica Vásquez, la presencia de mujeres en la radio no es suficiente si estas siguen ocupando roles secundarios o se les impide hablar con la misma autoridad que los hombres. Para ella, el verdadero cambio ocurre cuando las locutoras tienen plena autonomía sobre su discurso y son tratadas con el mismo respeto y seriedad que sus colegas masculinos.

Finalmente, las entrevistadas sugieren varias estrategias para mejorar la equidad en la radio, por un lado, Luna Piedra propone la regulación de los comentarios machistas en la programación y la capacitación del personal sobre lenguaje y perspectiva de género. Mientras que Verónica Vásquez, por su parte, enfatiza la necesidad de cambios estructurales dentro de las emisoras, incluyendo la asignación de más mujeres a roles de liderazgo y la implementación de políticas que garanticen igualdad de oportunidades. Aunque La Voz del Tomebamba tiene una mayor representación femenina en comparación con otras emisoras, las locutoras aún enfrentan

desafíos en términos de credibilidad y equidad en sus roles. Persiste una brecha en la percepción de la audiencia y de algunos colegas sobre la capacidad de las mujeres para liderar en la radio. Para lograr una representación más equitativa, no basta con incluir más mujeres en la programación, es importante garantizar que su participación sea en igualdad de condiciones y que se erradiquen los estereotipos de género en la locución radial.

4. 2. 2. Análisis de la entrevista realizada a German Piedra, director de Súper 949 FM; y Juliana Piedra, locutora (Anexo 4)

En la presente entrevista se destaca que la proporción de locutores masculinos y femeninos es desigual, ya que hay tres locutores hombres y solo una locutora mujer. Este dato refleja una predominancia masculina en la radio, lo que coincide con la tendencia general observada en el ámbito radial cuencano, donde las voces masculinas son mayoría.

En relación con los roles asignados, se menciona que los locutores no solo conducen programas, sino que también tienen responsabilidades como la producción y realización de comerciales. Por otro lado, a pesar de la baja presencia femenina, la única locutora de la emisora desempeña un rol principal y activo dentro de la programación, lo que podría interpretarse como un avance en términos de visibilidad e importancia dentro de la emisora. Además, en cuanto a los horarios de emisión, se señala que cuenta con un horario estelar de 17:30 a 19:30, lo que demuestra que su participación no está relegada a horarios de menor audiencia, sino que se le asigna un espacio significativo en la parrilla de programación.

En cuanto a las temáticas abordadas, Piedra indica que la emisora se enfoca en entretenimiento, cultura y música, con inclusión de temas como arte y medio ambiente. No se observa una segmentación de contenidos basada en el género de los locutores, pero se resalta que

la locutora tiene un programa centrado en la música, lo que podría sugerir una especialización. Sin embargo, el hecho de que la radio no tenga noticieros implica que no se puede analizar la presencia femenina en espacios informativos, donde tradicionalmente han existido mayores desafíos para las mujeres en términos de credibilidad y liderazgo.

Frente al proceso de selección de locutores, Piedra enfatiza que la emisora busca profesionales con experiencia y conocimiento en música y locución. En este sentido, la única locutora, Juliana Piedra, accedió al medio influenciada por su familia, ya que desde pequeña tuvo un acercamiento con la radio y posteriormente estudió comunicación social. Este punto es relevante porque sugiere que, en algunos casos, el acceso a la locución femenina en medios tradicionales puede depender de factores como la herencia familiar y el entorno, lo que podría limitar oportunidades para otras mujeres sin estos antecedentes.

En cuanto a las políticas de igualdad de género, el director menciona que se han realizado concursos en los que han participado mujeres, pero destaca que la emisora prioriza la experiencia sobre el género. Aunque esta postura parece neutral, en la práctica puede contribuir a la perpetuación de la brecha de género ya que, si históricamente ha habido más locutores hombres con experiencia, las mujeres pueden encontrar mayores obstáculos para acceder a estos espacios. Por otro lado, los criterios de asignación de programas se centran en la experiencia, el conocimiento musical y la dicción, lo que refuerza la idea de que el prestigio y la trayectoria juegan un papel determinante en la contratación.

Desde la percepción del público se destaca que los oyentes valoran la presencia femenina en la radio y que incluso han sugerido una mayor participación de mujeres en la programación vespertina. No obstante, Piedra señala que históricamente la emisora ha contado con una mayoría de locutores hombres; a pesar de esto, la emisora ha intentado incluir voces femeninas en otros

formatos, como la grabación de spots y avances, para equilibrar la presencia de hombres y mujeres.

Es así que Piedra reconoce que las locutoras enfrentan mayores desafíos debido a la predominancia masculina en la radio. Aunque menciona que tanto las voces masculinas como femeninas tienen su propio atractivo, admite que, según su criterio, aproximadamente siete de cada diez voces en la locución cuencana son de hombres, lo que representa una barrera para la igualdad de oportunidades. A lo largo del tiempo, la emisora ha mantenido una presencia femenina en su equipo, pero sin lograr un equilibrio de género en la cantidad de locutores.

En este caso podemos observar que, aunque Súper 949 FM cuenta con una locutora en un rol protagónico y en un horario estelar, la presencia femenina en la emisora sigue siendo minoritaria. Además, el acceso de mujeres en este espacio está condicionado por influencias familiares o por una preparación específica en un entorno predominantemente masculino, además de que su programa se enfoca en la música, un género tradicionalmente asignado a las voces femeninas en la radio, mientras que otros locutores masculinos también abordan temáticas como arte y medio ambiente. A pesar de ello, considera que tiene las mismas oportunidades que sus colegas masculinos y que la emisora es equitativa en el trato hacia las locutoras.

En cuanto a las barreras de género, Juliana menciona que no ha experimentado dificultades personales en su carrera, pero ha sido testigo de comentarios despectivos sobre la voz femenina en la radio. Relata que algunos consideran las voces masculinas más atractivas y que ha recibido “cumplidos” que refuerzan estereotipos, como el hecho de que, en una ocasión, le dijeron que su voz no es “chillona” como la de otras locutoras. Este tipo de comentarios persisten y fomentan los prejuicios sobre la voz femenina en la locución, no obstante, la locutora

no ha recibido otro tipo de violencia física o verbal, algo positivo dado al ambiente dominado mayoritariamente por hombres.

Respecto a la percepción del papel de las mujeres en la radio, la locutora destaca que la mayoría de sus colegas valoran la importancia de las locutoras, aunque señala que aún existen programas en otras emisoras donde las mujeres son denigradas a través de burlas y maltratos. Para ella, las propias locutoras tienen el poder dentro de la representación femenina, ya que aceptar participar en estos espacios o tomar ciertas conductas puede reforzar estereotipos negativos. Es así que Juliana considera que la presencia de locutoras sí influye en la percepción de género de la audiencia, ya que escuchar a una mujer en la radio puede generar identificación en otras mujeres y niñas. Sin embargo, enfatiza que no basta con la presencia femenina, sino que es necesario que las locutoras entreguen contenido de calidad y no sexista, además de poner límites a comentarios o dinámicas que refuercen estereotipos.

Por último, como propuesta para mejorar la representación de las mujeres en la radio, plantea la necesidad de regular el lenguaje utilizado en programas de farándula y comedia, especialmente en horarios de alta audiencia. Considera que, eliminar el lenguaje misógino en estos espacios, es un paso fundamental para lograr una representación más equitativa y digna de las mujeres en la locución. De esta manera, el testimonio de Juliana subraya la importancia de aumentar la presencia de locutoras y también de garantizar que su participación promueva un contenido respetuoso e inclusivo.

Las entrevistas señalan que la representación femenina en la locución sigue siendo significativamente menor en comparación con la masculina. En el caso de la Súper 94.9 FM, de cuatro locutores, solo una es mujer, lo que equivale al 25% de participación femenina. Además, el gerente de la emisora menciona que, según su criterio, se atrevería a decir que la locución en

Cuenca está dominada por hombres, estimando que aproximadamente siete de cada diez locutores en la radio cuencana son de sexo masculino.

Por otra parte, en la pregunta de si existe más representación masculina en las emisoras seleccionadas, en este caso la Súper 9.49 FM, las entrevistas confirman una mayor representación masculina en la locución de dicha emisora. La proporción de locutores hombres sigue siendo dominante en la mayoría de las radios a nivel global y, aunque se han realizado esfuerzos para incluir más voces femeninas, los criterios de selección siguen favoreciendo la experiencia y trayectoria previa, lo que históricamente ha beneficiado a los hombres debido a que cuentan con más representación dentro de dicho campo.

4. 2. 3. Análisis de la entrevista realizada a Mónica Merchán, directora de La Suprema Estación 96.1 FM; y Doménica González, locutora (Anexo 5)

En esta entrevista, según los datos ofrecidos por la directora, se observa que, de lunes a viernes, la proporción de locutores es del 87,5% hombres y 12,5% mujeres, mientras que los fines de semana la participación femenina aumenta al 26,7%. Respecto a los roles asignados, las locutoras desempeñan diversas funciones, incluyendo locutora principal o ancla, corresponsal, reportera, locutora de segmentos breves, de publicidad y especializada en segmentos específicos; por el contrario, no existen posiciones de experta o analista en la emisora.

En cuanto a los horarios de programación, tanto hombres como mujeres participan en noticieros y programas de entretenimiento. Los noticieros se emiten de 7:30 a 8:30 y de 18:00 a 18:30, mientras que los programas de entretenimiento abarcan desde las 5:00 hasta la 13:00. En términos de temáticas, no se observa una diferenciación basada en el género del locutor; tanto hombres como mujeres abordan una amplia gama de temas, incluyendo noticias generales, arte y

cultura, salud y bienestar, deportes, tecnología y ciencia, sociedad y género, entretenimiento y vida familiar, economía y negocios, medio ambiente, educación y farándula.

Por otra parte, respecto al proceso de selección de locutores, se centra en criterios como talento, conocimiento, experiencia, estilo, responsabilidad y capacidad, aplicados por igual a hombres y mujeres. Aunque no existen políticas específicas para promover la igualdad de género, la emisora mantiene una postura inclusiva en la asignación de programas y horarios. Actualmente, la participación femenina es del 12,5% durante la semana y del 26,7% los fines de semana, aunque, según Merchán, la audiencia valora el contenido de alta calidad, independientemente del género del locutor, y que las mujeres, al igual que sus colegas masculinos, pueden abordar o participar en cualquier temática.

Es importante señalar que, según la directiva, la emisora trabaja activamente para evitar estereotipos de género en la producción de sus programas con la promoción de un contenido inclusivo y respetuoso; un ejemplo de este compromiso es la inclusión de un espacio conducido por una persona del grupo LGBTIQ, con más de siete años al aire. Aunque no se han recibido comentarios específicos del público sobre la representación femenina, se espera que, a medida que más mujeres demuestren capacidad y talento, su participación en la emisora y en el sector de la comunicación continúe en aumento.

Por otra parte, desde la visión de la locutora Doménica González, inició su trayectoria en 2016 en el programa deportivo “Licenciados en Pelotas”. Su evolución profesional la llevó, en 2019, a formar parte del noticiero “La Voz de la Ciudad”, reconocido por su impacto informativo en la región. Este progreso evidencia una apertura en la emisora para que las mujeres asuman roles protagónicos en programas de alta relevancia. En cuanto a su rol actual, Doménica presenta noticias y también participa activamente en la investigación y preparación de contenidos. Esto

indica que las locutoras en la Suprema Estación tienen la oportunidad de involucrarse en múltiples facetas de la producción radial.

La percepción de equidad en oportunidades es destacada por Doménica, quien afirma haber recibido un trato igualitario respecto a sus colegas masculinos; señala que la emisora valora el talento y el compromiso sin distinción de género al permitir que las mujeres ocupen espacios de opinión y liderazgo. No obstante, es relevante considerar que, aunque su experiencia personal es positiva, esto no necesariamente refleja la realidad de todas las profesionales en el sector radial ecuatoriano.

Al abordar posibles barreras de género, Doménica indica que en la emisora nunca ha sentido una distinción de género ni una asignación específica de roles, de la misma manera, respecto a la libertad temática, señala que siempre ha tenido la posibilidad de abordar cualquier asunto con profesionalismo y profundidad, sin restricciones basadas en su género. Para finalizar, al considerar mejoras para la representación femenina en la locución, la trabajadora reconoce que, aunque en su emisora la equidad es una realidad, es importante seguir fomentando oportunidades de crecimiento para todos los profesionales de la locución.

4. 2. 4. Análisis de la entrevista realizada a Silvia Abad, directora de Radio Cómplice 99.7 FM; y Marlene Vintimilla, locutora (Anexo 3)

Dentro de Radio Cómplice, la proporción de locutoras femeninas, en el ámbito de las noticias, cuenta con una representación del 40%, con Marlene Vintimilla y Karina Crespo al frente de los noticieros. En los programas de entretenimiento, la participación femenina es del 35% en 2025, una ligera disminución respecto al 40% registrado en 2024. Conforme a los roles asignados, las locutoras desempeñan funciones diversas, desde ser anclas principales en noticieros hasta conducir programas de entretenimiento. Además, participan en segmentos

breves, anuncios publicitarios y secciones especializadas, lo que indica una integración significativa de las mujeres en múltiples facetas de la programación radial.

En términos de horarios, los noticieros presentados por locutoras se emiten en franjas clave: de 06h00 a 09h00 con Marlene Vintimilla y de 18h00 a 19h00 con Karina Crespo. La directora enfatiza que no existe una comparación directa entre los horarios de locutores masculinos y femeninos, ya que cada uno cumple funciones específicas dentro de la programación. En cuanto a las temáticas abordadas, las locutoras cubren una amplia gama de asuntos, incluyendo política, economía, educación, medio ambiente y temas comunitarios. Programas como “Bajo Control” incluye segmentos deportivos, mientras que “Fusión” trata temas de salud, cultura y autoayuda; esta diversidad temática refleja la capacidad y preparación de las locutoras para abordar distintos contenidos de interés público.

El proceso de selección en la presente emisora evalúa la capacitación, habilidad de improvisación, vocalización y conocimiento en actualidad y música de los aspirantes, lo que busca garantizar la calidad y profesionalismo de su equipo de locutores, sin distinción de género. Por otra parte, en relación con las políticas de igualdad de género, la emisora promueve la equidad contando con mujeres en roles administrativos como secretaria y contadora. Sin embargo, no se detallan políticas específicas destinadas a incrementar la representación femenina en la locución, lo que podría ser un área de oportunidad para fortalecer la equidad de género en la emisora.

En cuando a la asignación de programas o segmentos, los locutores tienen la libertad de crear y proponer contenidos, los cuales son evaluados para asegurar su interés colectivo y valor educativo. De la misma manera, la percepción de la audiencia es positiva; según encuestas internas, el 60% de los oyentes de Radio Cómplice son mujeres, quienes participan activamente a

través de interacciones como solicitudes de canciones y en concursos; la presencia de locutoras parece resonar favorablemente con la audiencia.

En cuanto a los desafíos específicos para las locutoras, la directora no identifica obstáculos particulares en comparación con sus colegas masculinos, destacando un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso. Por el contrario, la ligera disminución en la participación femenina en programas de entretenimiento podría indicar la necesidad de estrategias para mantener o aumentar la representación femenina en estos espacios.

Respecto a los comentarios del público sobre la representación femenina, no se han recibido observaciones específicas, solamente comentarios en general con felicitaciones hacia los locutores sugieren una apreciación positiva del trabajo realizado, independientemente del género. Abordando la evolución de las dinámicas de género, históricamente la locución en Radio Cómplice estaba dominada por voces masculinas. Actualmente, hay una mayor participación femenina, con una tendencia creciente; la directora expresa orgullo por la creciente inclusión de mujeres en el ámbito radial.

Continuando con el análisis, Marlene Vintimilla, locutora de Radio Cómplice 99.7 FM, comenta que ingresó a la emisora mediante un casting, recomendado por un colega; actualmente, desempeña roles como locutora-operadora en noticieros y programas de entretenimiento. Si bien reconoce la existencia de oportunidades equitativas en ciertos aspectos, también señala áreas donde aún persiste la inequidad de género. A pesar de ello, no ha enfrentado barreras significativas debido a su género y percibe que la mayoría de sus colegas y superiores valoran y respetan el papel de las mujeres en la radio.

De esta manera, Marlene destaca que las locutoras contribuyen significativamente a desmantelar estereotipos de género en la radio, lo que refleja un cambio evidente en los medios

de comunicación; así mismo, no se siente limitada en cuanto al contenido que puede abordar y observa que la representación femenina influye en la percepción de género de la audiencia, lo que atrae a un público mayoritariamente femenino.

La locutora opina que, para mejorar la representación de las mujeres en la locución, debe existir un cambio de mentalidad que brinde más oportunidades a las voces femeninas, reconociendo su calidad y potencial. Sugiere crear espacios liderados por mujeres, enfatizando que trabajos bien realizados por locutoras han demostrado captar una mayor audiencia, y atribuye este éxito a cualidades como sensibilidad y empatía, que facilitan una conexión más profunda con la audiencia. En este sentido, la experiencia de Marlene refleja una tendencia creciente en Cuenca, donde las mujeres están ganando protagonismo en la radio.

Capítulo 5

5. 1. Análisis y Discusión de resultados

En primer lugar, se destaca que la participación femenina en los espacios informativos y de entretenimiento es notablemente activa. Las entrevistas con locutoras como Marlene Vintimilla y Doménica González revelan que las mujeres han logrado consolidar su presencia en distintos formatos, incluyendo noticieros y programas de opinión. No obstante, los porcentajes de representación varían entre emisoras, y en todos los casos, la participación femenina sigue siendo inferior a la masculina. Uno de los aspectos más relevantes es la distribución de los roles dentro de las emisoras es que las locutoras suelen desempeñar funciones de ancla en noticieros, pero también tienen una fuerte presencia en programas de entretenimiento y segmentos especializados. No obstante, algunas entrevistas evidencian que aún existen desigualdades en la

asignación de espacios y en las oportunidades de crecimiento, lo que indica que la equidad en la radio aún no es total.

En cuanto a las oportunidades de crecimiento profesional, mientras algunas locutoras consideran que han tenido acceso equitativo a estas, otras señalan que aún falta avanzar en este aspecto, por ejemplo, la directora de Radio Cómplice, Silvia Abad, enfatiza que, si bien la emisora busca promover la equidad, aún hay margen de mejora para seguir aumentando la participación femenina en horarios estelares y en programas de mayor impacto. Esta perspectiva coincide con la de otras locutoras, quienes mencionan que, aunque se han dado pasos importantes, todavía es necesario generar más espacios para que las mujeres lideren en la radio. Otro punto importante que surge del análisis es la percepción que tienen las profesionales del medio sobre el papel de la mujer en la locución, pues la mayoría coincide en que ha habido un cambio positivo y que actualmente se valora la voz femenina tanto en la información como en el entretenimiento. De todas formas, también se reconoce que es fundamental continuar impulsando la participación femenina en todas las áreas de la radio, incluyendo la toma de decisiones y la dirección de contenidos.

Respecto a los desafíos específicos que enfrentan las locutoras, los testimonios recopilados muestran que, si bien muchas no han experimentado discriminación directa, otras consideran que persisten barreras sutiles en el acceso a ciertas oportunidades. A pesar de esto, las entrevistadas señalan que la audiencia femenina ha crecido y se identifica cada vez más con las voces de mujeres en la radio, lo que contribuye a reforzar su presencia y relevancia en el medio. En conclusión, en cuanto a las propuestas de mejora, se destaca la necesidad de fomentar un cambio de mentalidad en el sector y seguir abriendo espacios para las locutoras. Según Marlene Vintimilla, es necesario que se valore el talento femenino y que se generen más oportunidades de

liderazgo para las mujeres en la radio, de igual forma, se resalta la importancia de diversificar los contenidos y permitir que las locutoras participen en un espectro más amplio de temáticas.

Análisis Comparativo

Ahora, en base a la programación de cada emisora, se realizará una tabla con el porcentaje de representación femenina en la locución de las cuatro emisoras seleccionadas, que demuestran que el porcentaje de representación femenina continúa siendo menos de la mitad en dichas emisoras:

Tabla 1

Porcentaje de la representación femenina en la locución de la radio Súper 9.49 FM.

RADIO “SÚPER 9.49 FM”			
Representación Masculina vs Representación femenina			
PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR	REPRESENTACIÓN FEMENINA	ROL
Pan con Nata	Fernando Pesántez		
La Jungla	German Piedra		
Soundtrack	Juliana Piedra	X	Conductora principal
DiscNotas	Jorge Piedra		
Total de programas:			4
Programas con representación femenina			1
Total de representación femenina:			25%

Tabla 2

Porcentaje de la representación femenina en la locución de la radio Cómplice FM.

RADIO “CÓMPLICE FM”			
Representación Masculina vs Representación femenina			
PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR	REPRESENTACIÓN FEMENINA	ROL
Más Noticias	Luis Antonio Araneda y Marlene Vintimilla	X	Copresentadora
Más Noticias en la Comunidad	José Antonio Barreto y Luis Antonio Araneda		
Bajo Control	José Antonio Barreto		
Más Noticias – 2da Emisión	José Antonio Barreto		
Fusión	Marlene Vintimilla	X	Conductora
Dominio Cómplice	Adrián Freire		
Más Noticias – 3era Emisión	Adrián Freire		
Amores Nocturnos	Fernando Trujillo		

Cómplices de Vida	Lorena Álvarez	X	Conductora
Las 10 Mejores	Adrián Freire		
Cómplices			
Pequeños Cómplices	Gran Abuelo y Francesca	X	Copresentadora
De Corazón a Corazón	Andrés Guillermo		
Total de programas:			12
Programas con representación femenina			4
Total de representación femenina:			33.33%

Tabla 3

Porcentaje de la representación femenina en la locución de la radio la Suprema FM.

RADIO "LA SUPREMA FM"			
Representación Masculina vs Representación femenina			
PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR	REPRESENTACIÓN	ROL
		FEMENINA	
El Mañanero	Rodrigo Paida y Daniel Terán		

La voz de la Ciudad	Juan Andrés Merchán, Fernando Gallegos, Doménica González y Gustavo Durán	X	Copresentadora
Comando 961	Che William, Gustavo Durán, Adrián Minchala		
Play Mix	Pablo Control		
La fiesta suprema	Pablo Control		
Los Anormales	Mr. Rating, Andrés Pérez, Juan Coraizaca		
La Cuadra	Pablo Control		
La crónica de la resistencia	Carmen Íñiguez	X	Conductora
Musicomanía	Esteban Barrera, Wilmer Pintado		
Laberinto Suprema	Jaime Chicaza		
Musicomanía al límite	Esteban Barrera, Vero Ayora, Wilmer pintado	X	Copresentadora
Mix 96.1	Dj. Supremo		

La Suprema mezcla	Papá Oso		
Al pie del cañón	Che William, Gustavo Durán, Juan Coraizaca		
Los hijos de su madre	Freddy Guamani, Johan Dj		
Zona de escape	Rodrigo Paid, Santiago Pintado, Daniela Banegas	X	Copresentadora
Estragos	Fernando Gallegos, Susana Lucero	X	Copresentadora
Al Rojo Vivo	Fernando Gallegos, Kenny Fajardo		
Los Rsakdos	Esteban Barrera, Freddy Sinchi		
La Movidá Suprema	Daniela Banegas, Eliza Ordóñez	X X	Presentadoras
Sos Compartiendo Vidas	Marcelito Pesántez		
Total de programas:			21
Programas con representación femenina			6
Total de representación femenina:			28.57%

Tabla 4

Porcentaje de la representación femenina en la locución de la radio Tomebamba FM.

RADIO “TOMEBAMBA FM”			
Representación Masculina vs Representación femenina			
PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR	REPRESENTACIÓN FEMENINA	ROL
Noticiero 6 am	Jorge Piedra Cardoso		
Deportivo	Leonardo Guillén		
Todas las Voces	Juan Pablo Campoverde		
Lo dijeron en la Radio	Juan Pablo Campoverde		
Noticiero medio día	Luna Piedra	X	Conductora
Diálogo con el Pueblo	Martha Cardoso	X	Conductora
Deportivo	Guifor Trujillo		
Entre Nosotros	Verónica Vásquez	X	Conductora
Tribuna Colectiva	Freddy Saguay		
Noticiero	Hernán Samaniego		
Deportivo 3	Juan Pablo Campovede		
Total de programas:			10
Programas con representación femenina			3

Total de representación femenina:	30%
--	-----

Al analizar la tabla 5, podemos concluir que Cómplice FM presenta el porcentaje más alto de representación femenina (33.33%), destacándose por la presencia tanto de conductoras principales como de copresentadoras. En esta emisora resalta la participación de Marlene Vintimilla en dos programas, así como la inclusión femenina en espacios relevantes como Fusión y Cómplices de Vida. Le sigue Tomebamba FM con un 30% de representación femenina, cuya particularidad radica en que todas las locutoras desempeñan el rol de conductoras principales, lo que sugiere una participación más protagónica en comparación con otras emisoras, a pesar de contar con menos programas en total.

Por su parte, Suprema FM registra un 28.57% de representación; aunque posee una mayor cantidad de programas, solo seis incluyen a mujeres, y la mayoría en calidad de copresentadoras. No obstante, destaca por ser la única emisora en la que un programa (La Moviada Suprema) cuenta con dos mujeres como presentadoras titulares. Por otra parte, Súper 9.49 FM es la emisora con menor presencia femenina (25%), con una sola mujer desempeñándose como conductora principal en uno de sus programas, lo que evidencia una estructura de programación más tradicional en términos de género.

Tabla 5

Análisis Comparativo entre emisoras.

Emisora	Total de programas	Programas con mujeres	% Representación femenina
Súper 9.49 FM	4	1	25%
Cómplice FM	12	4	33.33%

La Suprema FM	21	6	28.57%
Tomebamba FM	10	3	30%

Existe una subrepresentación generalizada de mujeres en la locución radial de la ciudad, con porcentajes que oscilan entre el 25% y el 33.33%, lo que evidencia que, si bien hay presencia femenina en la programación, esta continúa siendo minoritaria. Además, se observa una tendencia persistente a ubicar a las mujeres en programas de entretenimiento o en formatos considerados más ligeros, mientras que los espacios informativos, deportivos o de análisis siguen estando mayoritariamente en manos de locutores hombres, lo que refuerza los estereotipos de género tradicionales dentro de los medios de comunicación, en este caso de la radio.

Conclusión desde el Marco Teórico

Desde la perspectiva de la Teoría de la Representación de Stuart Hall, se puede concluir que la representación femenina en la locución radial en Cuenca no es un reflejo neutral de la realidad, sino un proceso en el que se construyen significados sobre el rol de la mujer en los medios de comunicación. Aunque hay avances en la incorporación de locutoras en distintos formatos radiales, aún persisten patrones que limitan su presencia en ciertos espacios, como los programas de análisis político y opinión. Esto confirma que los medios reproducen más que la realidad, sino que la configuran a través de discursos que pueden reforzar o desafiar los estereotipos de género.

Por otro lado, desde la Teoría Feminista de la Comunicación, el estudio evidencia que la participación de las mujeres en la radio sigue enfrentando desigualdades estructurales; aunque las

locutoras han logrado mayor visibilidad, todavía existen brechas en la distribución de espacios y en la asignación de roles, lo que responde a dinámicas de poder históricamente dominadas por voces masculinas. La feminización de ciertos contenidos, como la música o los segmentos de bienestar y cultura, también sugiere que la radio sigue encasillando a las mujeres en temáticas consideradas “femeninas”, en lugar de otorgarles un acceso equitativo a todas las áreas del periodismo y la comunicación.

Últimamente, desde la Teoría Crítica de los Medios, se puede afirmar que las emisoras de radio, como parte de la industria mediática, no son entidades neutrales, sino que operan dentro de una estructura de poder donde la representación femenina es un reflejo de las relaciones sociales y económicas más amplias. La limitada presencia de mujeres en los espacios de decisión dentro de las emisoras es una manifestación de la hegemonía masculina en los medios, lo que resalta la necesidad de políticas más inclusivas y de una transformación estructural en la industria radial. A partir de estas teorías se reafirma que la representación femenina en la locución no se trata solo de cantidad, sino también de significado y acceso equitativo a todas las áreas de la comunicación.

5. 2. Conclusiones

El análisis de las entrevistas realizadas a directoras y locutoras de las cuatro emisoras con mayor audiencia en la ciudad de Cuenca durante el 2024 evidencia que, si bien la presencia femenina en la locución radial ha aumentado, aún persisten desigualdades en la asignación de roles, espacios y oportunidades dentro de la programación. Uno de los hallazgos principales es que las locutoras han logrado consolidar su presencia en los noticieros y programas de entretenimiento, ocupando cargos de conducción y análisis. Sin embargo, en todas las emisoras

todavía se observa una brecha en términos de equidad, especialmente en la distribución de conductores y temáticas abordadas. Las mujeres suelen estar más presentes en franjas horarias matutinas o nocturnas y en programas de contenido social, educativo o de entretenimiento, mientras que los espacios de opinión y análisis político continúan siendo mayormente dominados por locutores masculinos.

Otro aspecto relevante es que las locutoras entrevistadas han manifestado que, en términos generales, no han sentido barreras explícitas por su género dentro de sus emisoras. No obstante, algunas reconocen que aún existen retos en la construcción de un entorno completamente equitativo, pues la toma de decisiones de mayor jerarquía sigue estando en manos de hombres en muchas estaciones. Asimismo, la representación femenina en la radio influye en la percepción de género de la audiencia; la participación activa de las locutoras ha contribuido a modificar ciertos estereotipos, generando mayor confianza en la voz femenina dentro del ámbito informativo. Además, se ha identificado que la audiencia femenina se siente más identificada y representada cuando escucha voces de mujeres en la radio, lo que refuerza la importancia de diversificar los referentes de comunicación.

Concluyendo, una de las propuestas más recurrentes en las entrevistas es la necesidad de continuar fomentando espacios de liderazgo para mujeres en la radio, así como garantizar una distribución más equitativa de los contenidos y horarios en los que participan las locutoras. Es necesario seguir promoviendo la equidad de género en los medios de comunicación, lo que asegurará que la valoración del talento y el profesionalismo prevalezca sobre cualquier sesgo de género y, lo más importante, derivar prejuicios respecto a las capacidades y talentos de las mujeres.

Referencias y Anexos

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *Dialectic of Enlightenment*. Continuum. Obtenido de https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer_Max_Adorno_Theodor_W_Dialectic_of_Enlightenment_Philosophical_Fragments.pdf
- Alonso, T. (2023). El 'mansplaining' ya no pasa desapercibido: la importancia de los discursos que desenmascaran prácticas machistas. Obtenido de <https://www.uoc.edu/es/news/2023/074-mansplaining#:~:text=Mansplaining:%20situaci%C3%B3n%20en%20la%20que,forma%20injustificada%20que%20la%20desconoce>.
- Alsina, M., & Estrada, A. (2017). *La perspectiva crítica de las teorías de comunicación*. FUOC. Obtenido de http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_00143707/PID_00143707.html
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). Ley Orgánica de Comunicación . Obtenido de https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias . (2008). *La radio comunitaria para el empoderamiento de las mujeres y la gobernabilidad democrática: Mejores experiencias de una investigación acción participativa*.
- Barker, C., & Jane, E. (2016). Estudios Culturales. Teoría y Práctica. Obtenido de <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/cultural-studies/book245321>

- Barquero, F. (2022). La Radio Como Elemento Integrador En El Desarrollo Social. *Ciencia Latina. Revista Multidisciplinar*, 6(5), 4723-4735. Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3433
- Brito, E., Cedillo, S., & Ramos, I. (2009). Historia y Evolución de la radio cuencana. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4662/1/08857.pdf>
- Burkle, M. (1997). La post-televisión y la construcción de la sexualidad de la mujer. *Razón y Palabr*. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/post.htm>
- Cardoso, M. (2011). *Historias de Radio: nacen de todas las voces*. . Universidad de Cuenca.
- Castro, R., & Bronfman, M. (1993). Teoría Feminista y Sociología Médica: Bases para una Discusión. *Cad. Saúde Públ.*, 9(3), 375-394. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/csp/a/dDJpskSrgPThpZM6wPfHKsh/?format=pdf&lan#:~:text=L a%20teor%C3%ADa%20feminista%20es%20una,Bart%20&%20Budinger%2C%201984>.
- Connell, R. W. (1987). Género y Poder: Sociedad, las personas y las políticas sexuales. Obtenido de <https://psycnet.apa.org/record/1988-97032-000>
- Douglas, S. (1999). *Listening In: Radio and the American Imagination*. Times Books. Obtenido de <https://www.worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/History/Listening-In-Susan-Douglas-1999.pdf>
- Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. SAGE. Obtenido de <http://clab.iat.sfu.ca/431/uploads/Site/DoingCulturalStudies.pdf>
- Eagly, A. H. (1987). *Diferencias sexuales en el comportamiento social*. Psychology Press. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203781906>

Etecé. (2024). Historia de la Radio. Enciclopedia Humanidades. Obtenido de

<https://humanidades.com/historia-de-la-radio/>

Foro Digital de Herramientas para la Producción de Contenidos Radiales. (2020). Sintonizando con el Medio. La Radio como Medio de Comunicación.

Fraser, C., & Restrepo-Estrada, S. (2001). Community Radio Handbook. UNESCO. Obtenido de

<https://www.scribd.com/doc/31723732/Colin-Fraser-and-Restrepo-Estrada-Community-Radio-Handbook>

Freire, C., & Andrade, C. (2021). Programación radial de Cuenca - Ecuador en la década de los sesenta y setenta del siglo XX. *South American Research Journal*, 1(2), 5-12. Obtenido

de <https://www.sa-rj.net/index.php/sarj/article/view/10>

Gallego, J. (2013). De reinas a ciudadanas: Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad? *Estudios sobre el mensaje periodístico* 20, 2, 2014, págs., 20(2), 1272-1273.

Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4984976>

GAMMA. (2014). Mujeres en la Radio Aniversario 14. Obtenido de

[https://gammaecuador.org/category/audios-para-radio/mujeres-en-la-](https://gammaecuador.org/category/audios-para-radio/mujeres-en-la-radio#:~:text=Mujeres%20en%20la%20Radio%20regresa%20a%20su%20horario&text=Luego%20de%20que%20en%20el%20mes%20de,a%20trav%C3%A9s%20de%20Ondsa%20Azuayas%2011%20AM)

[radio#:~:text=Mujeres%20en%20la%20Radio%20regresa%20a%20su%20horario&text=Luego%20de%20que%20en%20el%20mes%20de,a%20trav%C3%A9s%20de%20Ondsa%20Azuayas%2011%20AM](https://gammaecuador.org/category/audios-para-radio/mujeres-en-la-radio#:~:text=Mujeres%20en%20la%20Radio%20regresa%20a%20su%20horario&text=Luego%20de%20que%20en%20el%20mes%20de,a%20trav%C3%A9s%20de%20Ondsa%20Azuayas%2011%20AM).

GAMMA. (2022). *Estudio técnico de programas de entretenimiento en medios y redes sociales*.

Obtenido de <https://gammaecuador.org/wp-content/uploads/2022/11/Estudio-tecnico-2022.pdf>

García, N. (1989). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.

Obtenido de

https://monoskop.org/images/7/75/Canclini_Nestor_Garcia_Culturas_hibridas.pdf

Gehrke, M., Lizarazo, N., Noboa, P., Olmos, D., & Pieper, O. (2016). *Panorama de los medios en Ecuador. Sistema informativo y actores implicados*. Deutsche Welle.

Gill, R. (2007). *Género y Medios*. Polity Press. Obtenido de [https://content.e-](https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-3968704-71b62f877e.pdf)

[bookshelf.de/media/reading/L-3968704-71b62f877e.pdf](https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-3968704-71b62f877e.pdf)

Global Media Monitoring Project. (2021). *Who Makes The News*. (S. Macharia, Ed.) Obtenido de

[https://whomakesthenews.org/wp-](https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG_FINAL20210713.pdf)

[content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG_FINAL20210713.pdf](https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/GMMP2020.ENG_FINAL20210713.pdf)

Grupo Ático34. (2024). Estereotipos de género en los medios de comunicación. Obtenido de

<https://protecciondatos-lopd.com/empresas/estereotipos-genero-medios-comunicacion/>

Gumucio-Dagron, A. (2001). *Making waves: Stories of participatory communication for social change*. Rockefeller Foundation. Obtenido de

<https://www.ircwash.org/sites/default/files/Gumucio-2001-Making.pdf>

Hall, S. (1980). Codificar/Decodificar. En *Culture, Media y Lenguaje* (págs. 129-139).

Hutchison. Obtenido de <https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/72.pdf>

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage

Publications. Obtenido de <https://psycnet.apa.org/record/1997-36930-000>

Hernández, C. (2016). Radio: Un Medio de Comunicación para Todos los Tiempos. Obtenido de

https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:myUkAFbTfWQJ:scholar.google.com/+la+radio+como+medio+de+comunicaci%C3%B3n+&hl=es&as_sdt=0,5

Instituto Nacional de las Mujeres, México . (2003). Las mujeres y los medios de comunicación.

Obtenido de

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf#:~:text=La%20importancia%20social%20de%20los%20medios%20de,promoci%C3%B3n%20de%20los%20derechos%20de%20la%20mujer.

Instraw. (2005). Women and the Media: New Challenges. Review and Appraisal of the Implementation of the Beijing Declaration an Platform for Action. Obtenido de

<http://www.un-instraw.org/en/images/stories/Beijing/womenandthemedial.pdf>

Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. Routledge.

La Hora. (2024). Las radios del Ecuador en la era digital. *La Hora*. Obtenido de

<https://www.lahora.com.ec/tungurahua/las-radios-del-ecuador-en-la-era-digital/>

López, P., Ortiz-Sobrino, M., Cuesta, J., & Martínez, V. (2004). *Manual de información en género*. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Obtenido de

https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=3OCGQs4AAA-AJ&citation_for_view=3OCGQs4AAAAJ:5nxA0vEk-isC

Loscertales, F., & Núñez, T. (2008). *Los medios de comunicación con mirada de género*.

Instituto Andaluz de la Mujer. Obtenido de

<https://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/2008/14125583.pdf>

Marcuse, H. (1964). *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*. Obtenido de [https://www.marxists.org/ebooks/marcuse/one-dimensional-](https://www.marxists.org/ebooks/marcuse/one-dimensional-man.pdf)

[man.pdf](https://www.marxists.org/ebooks/marcuse/one-dimensional-man.pdf)

- Martínez, L. (2009). Los Hombres en los Medios de Comunicación. Obtenido de https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/gizonduz_dokumentuak/es_def/adjuntos/5_los_hombres_en_los_medios_de_comunicacion.pdf
- Martínez, R. (2022). *Análisis de contenido de programas radiales: Representación de género*. Estudio de Medios.
- Mier, A. (2019). Estudio especializado: discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación. *Chasqui*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10469/15878>
- Momoitio, A. (2019). Violencias Machistas y Medios de Comunicación. Emakunde - Instituto Vasco de la Mujer. Obtenido de https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/proyecto_nahiko_formacion/eu_def/adjuntos/2019.01.17.andrea_momoitio.pdf
- Mulvey, L. (1975). Placer Visual y Cine Narrativo. *Film: Psychology, Society and Ideology*, 803-816. Obtenido de <https://www.amherst.edu/system/files/media/1021/Laura%20Mulvey%2C%20Visual%20Pleasure.pdf>
- ONU Mujeres. (2014). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. United Nations. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/Publicaciones/2015/9853.pdf>
- ONU Mujeres Ecuador . (2014). Las mujeres y los medios de comunicación: una participación de condiciones des-iguales. Obtenido de <https://ecuador.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2014/3/las-mujeres-y-los-medios-de-comunicacion>

- Palomares, T. (2012). Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. Obtenido de <https://idus.us.es/handle/11441/38269>
- Piñeiro, T. (2022). Presentación al monográfico: "Estudios feministas de comunicación. Nuevos retos y escenarios. *ATLÁNTICAS, Revista Internacional de Estudios Feministas*, 7(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.17979/arief.2022.7.1.9123>
- Rodríguez, B. (2020). La importancia de la radio en los países en desarrollo. Obtenido de <https://ayudaenaccion.org/blog/derechos-humanos/importancia-radio-desarrollo/#:~:text=La%20radio%20como%20altavoz%20educativo%20de%20quien%20la%20escucha.>
- Rodríguez, C. (2014). *Medios y sociedad en el Ecuador*. Editorial Andina.
- Ruiz, L. (2021). El papel de los medios en la violencia machista. Obtenido de <https://www.concilia2.es/papel-medios-comunicacion-violencia-machista/>
- Silveira, L. (2023). La Historia de la Radio: Un Viaje de Innovación y Comunicación. Obtenido de <https://blog.brlogic.com/es/la-historia-de-la-radio-un-viaje-de-innovacion-y-comunicacion/>
- Skoog, K. (2023). Las mujeres y la radio: en plena sintonía. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/articles/las-mujeres-y-la-radio-en-plena-sintonia-0>
- Tuchman, G., Daniels, A., & Benét, J. (1978). *Hogar y hogar: imágenes de mujeres en los medios de comunicación*. Oxford University. Obtenido de <https://archive.org/details/hearthhomeimages00tuchrich>

Yaguana, H. (2014). La radio ecuatoriana cumple 85 años de existencia. Obtenido de

https://www.academia.edu/7533445/La_radio_ecuatoriana_cumple_85_a%C3%B1os_de_existencia

Zhuma, L. (2022). Representaciones de mujeres y patrones culturales de género en las programaciones de entretenimiento. Obtenido de

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8942/1/T3900-MGC-Zhuma-Representaciones.pdf>

Anexos

Anexo 1

Cuestionario para locutoras

Estimado/a participante,

Este cuestionario forma parte de mi tesis de grado titulada “La representación femenina en la locución de las cinco radios con mayor audiencia en la ciudad de Cuenca durante el 2024”. El objetivo de este estudio es analizar el papel de las locutoras en noticieros y programas de entretenimiento, así como su presencia en las jerarquías de poder y los roles asignados dentro de las emisoras. Su participación es importante para comprender mejor la representación femenina en el ámbito radial y contribuir a la reflexión sobre este tema.

Le agradezco de antemano su disposición y sinceridad en sus respuestas. La información proporcionada será tratada con absoluta confidencialidad y utilizada exclusivamente con fines académicos.

Preguntas:

1. ¿Cómo fue su proceso de ingreso a la emisora?
2. ¿Cómo describiría su rol dentro de la programación de la emisora?
3. ¿Considera que tiene oportunidades equitativas en comparación con sus colegas masculinos? ¿Por qué?
4. ¿Ha enfrentado alguna barrera o dificultad debido a su género en el ámbito de la locución?
5. ¿Qué percepción cree usted que tienen sus colegas y superiores sobre el papel de las mujeres en la radio?
6. ¿En qué medida considera que las locutoras contribuyen a cambiar o perpetuar los estereotipos de género en la radio?
7. ¿Se siente limitada en el tipo de contenido que puede abordar? Si es así, ¿por qué?
8. ¿Cree que la representación femenina en la radio influye en la percepción de género de la audiencia?
9. ¿Qué cambios propondría para mejorar la representación de las mujeres en la locución?

Anexo 2

Cuestionario para directores/as

Estimado/a participante,

Este cuestionario forma parte de mi tesis de grado **titulada** “La representación femenina en la locución de las cinco radios con mayor audiencia en la ciudad de Cuenca durante el 2024”. El objetivo de este estudio es analizar el papel de las locutoras en noticieros y programas de entretenimiento, así como su presencia en las jerarquías de poder y los roles asignados dentro de las emisoras. Su participación es importante para comprender mejor la representación femenina en el ámbito radial y contribuir a la reflexión sobre este tema.

Le agradezco de antemano su disposición y sinceridad en sus respuestas. La información proporcionada será tratada con absoluta confidencialidad y utilizada exclusivamente con fines académicos.

Preguntas:

1. ¿Cuál es la proporción de locutoras femeninas en comparación con locutores masculinos en los noticieros y programas de entretenimiento de la emisora?
2. ¿Qué tipos de roles se asignan a las locutoras en los diferentes géneros de programación (noticieros, entretenimiento)?
 - Locutora Principal o Ancla
 - Corresponsal (Acompaña al locutor principal)
 - Reportera (Cobertura de noticias)
 - Experta o Analista
 - Locutora de segmentos breves
 - Locutora de Publicidad o Anuncios
 - Locutora especializada de segmento
3. ¿En qué horarios se programan los noticieros y programas de entretenimiento que cuentan con locutoras, y cómo se comparan estos horarios con los de los locutores masculinos?
4. ¿Qué temáticas son abordadas por las locutoras en comparación con los locutores masculinos, y cómo se percibe la relevancia de estas temáticas?
 - Noticias Generales
 - Arte y Cultura
 - Salud y Bienestar
 - Deportes
 - Tecnología y Ciencia
 - Sociedad y Género
 - Entretenimiento y Vida Familiar
 - Economía y Negocios
 - Medio Ambiente
 - Educación

-Farándula

5. ¿Cómo describiría el proceso de selección de locutores/as en su emisora?
6. ¿Existen políticas o iniciativas específicas para promover la igualdad de género en la programación?
7. ¿Qué criterios se toman en cuenta para asignar programas o segmentos a los locutores/as?
8. En su experiencia, ¿cómo perciben los oyentes la participación femenina en su programación?
9. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de locutoras en su emisora?
10. ¿Considera que las locutoras enfrentan desafíos específicos en comparación con sus colegas masculinos? ¿Cuáles?
11. ¿Han recibido comentarios o sugerencias del público en relación con la representación femenina en sus emisiones?
12. ¿Cómo han evolucionado las dinámicas de género en la emisora a lo largo del tiempo, y qué cambios se han observado en la participación femenina?

Anexo 3

Entrevista a Jorge Piedra – Director de La Voz del Tomebamba 102.1 FM

10. ¿Cuál es la proporción de locutoras femeninas en comparación con locutores masculinos en los noticieros y programas de entretenimiento de la emisora?

Prácticamente estamos 1 a 1 en todos los programas. En el noticiero de la mañana son 2 hombres y 1 mujer; en la sección de deportes no hay mujeres, en entretenimiento también es equitativo, 1 hombre y 1 mujer. De igual manera, en la programación del medio día también tenemos 1 hombre y 1 mujer; en el noticiero nocturno de la misma manera y en la programación del fin de semana también es 1 locutor masculino y 1 femenina.

2. ¿Qué tipos de roles se asignan a las locutoras en los diferentes géneros de programación (noticieros, entretenimiento)?

Respecto al noticiero de la mañana, la locutora no es la principal y también hay una reportera. En el programa nocturno la locutora tampoco es la principal.

3. ¿Qué temáticas son abordadas por las locutoras en comparación con los locutores masculinos, y cómo se percibe la relevancia de estas temáticas?

Las temáticas son abordadas por igual por hombres y mujeres, no hay una distinción o una asignación en especial debido al género del locutor.

4. ¿Cómo describiría el proceso de selección de locutores/as en su emisora?

Que sea comunicador social, no se realiza ningún tipo de distinción por género.

5. ¿Existen políticas o iniciativas específicas para promover la igualdad de género en la programación?

Yo creo que sí, que permanentemente aspiramos a tener más igualdad en la programación y en el equipo radial.

6. ¿Qué criterios se toman en cuenta para asignar programas o segmentos a los locutores/as?

Para asignar un programa o cualquier tipo de contenido se toma en cuenta que sean temas de trascendencia social, que sean asuntos en beneficio de la sociedad como la defensa de los derechos de los ciudadanos, además de que estén en el contexto de la región.

7. En su experiencia, ¿cómo perciben los oyentes la participación femenina en su programación?

Los oyentes reciben muy bien la participación femenina, siempre ha sido algo bien recibido en cualquier programación de la emisora.

8. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de locutoras en su emisora?

5 locutoras.

11. ¿Considera que las locutoras enfrentan desafíos específicos en comparación con sus colegas masculinos? ¿Cuáles?

Sí, debido a la sociedad en la que estamos, las mujeres siguen enfrentándose a varios problemas, lamentablemente existen criterios machistas todavía, por lo tanto, tienen más desafíos en este sentido.

12. ¿Han recibido comentarios o sugerencias del público en relación con la representación femenina en sus emisiones?

Sí, siempre tenemos interacción con el público respecto a comentarios y sugerencias, sin embargo, no hemos recibido comentarios respecto a la representación femenina en la emisora.

13. ¿Cómo han evolucionado las dinámicas de género en la emisora a lo largo del tiempo, y qué cambios se han observado en la participación femenina?

En La Voz del Tomebamba nunca hemos considerado el género de una persona para incluirlo en la emisora. Mientras la persona tenga titulación y preparación, tiene la oportunidad de trabajar con nosotros. Por otra parte, hablando de la contemporaneidad, sí tenemos más participación femenina que antes, en todos los sentidos.

Entrevista a Luna Piedra – Locutora de La Voz del Tomebamba

14. ¿Cómo fue su proceso de ingreso a la emisora?

Mis abuelos, tíos y mi padre son los dueños de Radio La Voz del Tomebamba, entonces se reunieron conmigo un día en 2014 y me ofrecieron tener un programa de música por las tardes en la Tomebamba 102.1 F.M. Desde ahí inicié y estuve hasta 2018 en ese espacio. En esa época me moví al noticiero de la mañana en Radio Tomebamba (AM 1070 y 102.1 FM) en donde estoy actualmente.

2. ¿Cómo describiría su rol dentro de la programación de la emisora?

Mi rol es principalmente el de periodista, mi trabajo es investigar e informar noticias y también gestionar las denuncias que recibimos en la emisora.

3. ¿Considera que tiene oportunidades equitativas en comparación con sus colegas masculinos? ¿Por qué?

Sí tengo oportunidades equitativas en comparación con mis colegas masculinos porque he tenido la misma oportunidad que ellos de formar parte de los espacios noticiosos.

4. ¿Ha enfrentado alguna barrera o dificultad debido a su género en el ámbito de la locución?

Sí, puedo notar que la gente hace más observaciones al físico de las locutoras mujeres. A mí, cada que pueden, me comentan el físico, incluso si fuera positivo, puedo notar que no hacen con mis compañeros. También he recibido comentarios negativos sobre mi físico. De igual manera, las personas no se miden al comentar sobre mi estilo de locutar, gente a la que no conozco me dicen que antes locutaba mal, pero, ahora bien, y comentarios similares que yo no he pedido. Está bien la crítica constructiva, pero siento que lo hacen porque soy mujer. También siento que me corrigen todo y me hacen mansplaining (me explican cosas como si no supiera).

5. ¿Qué percepción cree usted que tienen sus colegas y superiores sobre el papel de las mujeres en la radio?

No puedo hablar sobre la percepción de mis compañeros y superiores porque quizás mi percepción sea diferente a la realidad. Pero puedo decir que en general recibo tratos gentiles y respetuosos por parte de ellos, por lo que creo que esa es la percepción que tienen de las mujeres o a eso apuntan porque, de hecho, todavía es perceptible el machismo en los espacios de trabajo, pero cada vez menos, y en mi caso lo siento así.

6. ¿En qué medida considera que las locutoras contribuyen a cambiar o perpetuar los estereotipos de género en la radio?

Las locutoras tenemos una labor muy importante al cambiar los estereotipos, pero desde la locución lo debemos hacer todo el tiempo, de manera activa. Si una locutora permite que su compañero le haga un chiste machista en vivo, ella debería responderle poniendo un límite, en vivo. Solo así se puede educar desde la radio a la gente y contribuir en ese sentido a la sociedad.

7. ¿Se siente limitada en el tipo de contenido que puede abordar? Si es así, ¿por qué?

No, pero es porque tengo claro cuál es la línea editorial del medio en el que trabajo.

8. ¿Cree que la representación femenina en la radio influye en la percepción de género de la audiencia?

Es importante que existan mujeres en todos los tipos de trabajo y espacios de poder, sin embargo, no todas las mujeres tienen el interés de influir en la percepción de género de la audiencia, entonces depende de la mujer. Sin embargo, sí es clave que existan mujeres en espacios como el de la locución,

9. ¿Qué cambios propondría para mejorar la representación de las mujeres en la locución?

-Regularía o sugeriría a los dueños regular en cada emisora los chistes y comentarios machistas, para así darles a ellas un lugar digno en el espacio radial.

-Enseñaría a través de capacitaciones a todos los empleados sobre cómo referirse a las mujeres y cómo evitar caer en machismos en el entorno laboral.

-Enseñaría a los locutores y periodistas lenguaje relacionado con el género para que no utilicen palabras caducadas.

-Promovería que en las emisoras exista la presencia de más mujeres, quizás un 1x1.

Entrevista a Verónica Vásquez, locutora de La Voz del Tomebamba 102.1 FM

15. ¿Cómo fue su proceso de ingreso a la emisora?

Ingresa a la radio fue como abrirse paso en un territorio donde las reglas ya estaban escritas y, por supuesto, no estaban pensadas para nosotras. Cuando comencé, hace casi dos décadas, la radio seguía funcionando bajo una lógica donde las voces femeninas eran bienvenidas, pero con condiciones. Podíamos estar al aire, pero en espacios “apropiados”: acompañantes en programas dirigidos por hombres, conductoras de segmentos de servicio social, cultura o entretenimiento. No bastaba con tener talento, ni siquiera con demostrar que una mujer podía sostener un programa de igual a igual con cualquier hombre. Se trataba de convencer a una estructura que no quería convencerse.

Mi entrada fue una prueba de resistencia. No solo se trataba de demostrar capacidad, sino de enfrentar los prejuicios implícitos: que la voz femenina es “menos seria”, que las mujeres “se dejan llevar por la emoción” o que no tenemos el mismo nivel de autoridad para ciertos temas. No fue un ingreso, fue una conquista.

2. ¿Cómo describiría su rol dentro de la programación de la emisora?

Mi rol es doble: informar y desafiar. Informar porque es lo que he hecho toda mi vida, en televisión, en prensa, en la calle, donde la noticia sucede. Desafiar porque aún existen barreras invisibles que determinan qué temas puede abordar una mujer y cuáles son territorio masculino. La radio sigue viendo a las locutoras como “moderadoras”, “acompañantes”, “complementos” a una voz principal. Pero yo no soy complemento de nadie. Mi experiencia en el periodismo me da la autoridad para liderar, para cuestionar, para hacer periodismo de verdad, sin adornos ni concesiones.

3. ¿Considera que tiene oportunidades equitativas en comparación con sus colegas masculinos? ¿Por qué?

No. No basta con decir que hay mujeres en la radio, hay que ver dónde están y qué espacios ocupan. A los hombres se les da automáticamente el beneficio de la duda, a nosotras se nos exige una justificación constante.

Mi trayectoria me ha permitido abrirme paso, pero no debería ser así. La equidad no se trata de que las mujeres tengan que demostrar el doble para llegar a donde un hombre llega por inercia. Se trata de reconocer el talento sin importar el género.

4. ¿Ha enfrentado alguna barrera o dificultad debido a su género en el ámbito de la locución?

Toda mujer en los medios las ha enfrentado. En la televisión, en la prensa escrita, en la radio. Es un patrón que se repite: te escuchan, pero no siempre te toman en serio. O te juzgan de maneras que a un hombre jamás le tocaría enfrentar.

Yo fui reportera de guerra. Salí a la calle, cubrí noticias en los lugares donde muchos no querían ir. Pero incluso con toda esa experiencia, he tenido que enfrentar comentarios como “pero tú eres muy emocional para este tema” o “deberías enfocarte en algo más suave”. Como si la objetividad fuera un privilegio masculino.

La mayor barrera no es el machismo abierto, sino la sutileza de los prejuicios. Las decisiones silenciosas. Las oportunidades que nunca llegan.

5. ¿Qué percepción cree usted que tienen sus colegas y superiores sobre el papel de las mujeres en la radio?

La percepción ha cambiado, pero sigue siendo insuficiente. Se reconoce que las mujeres pueden ser comunicadoras hábiles, pero todavía existe la idea de que hay temas que “nos quedan grandes” o que hay límites que no deberíamos cruzar.

Muchos colegas ven nuestra presencia como un “aporte”, no como una necesidad estructural. Es decir, la mujer en la radio sigue siendo vista como un complemento, no como una voz que pueda liderar por derecho propio.

6. ¿En qué medida considera que las locutoras contribuyen a cambiar o perpetuar los estereotipos de género en la radio?

Depende de las condiciones en las que trabajamos. Una locutora que solo es permitida en ciertos espacios sin oportunidad de romper esos esquemas, no tiene margen para cambiar nada. Por el contrario, sin quererlo, termina perpetuando la idea de que la mujer en la radio tiene un rol secundario.

Pero cuando una mujer logra tomar el micrófono con plena libertad, cuando se le permite hablar con la misma autoridad que un hombre, ahí sí se produce un cambio real. No es solo cuestión de presencia, sino de contenido y autonomía.

7. ¿Se siente limitada en el tipo de contenido que puede abordar? Si es así, ¿por qué?

Sí, porque, aunque en teoría podría hablar de cualquier tema, en la práctica, la audiencia y la estructura de la radio aún ponen límites. No es lo mismo que una mujer haga una crítica política fuerte a que lo haga un hombre. A él se le considera un analista agudo; a nosotras se nos tilda de “controversiales” o “demasiado emocionales”.

Además, hay temas que, cuando son abordados por mujeres, generan una reacción distinta. Hablar de feminismo, derechos o desigualdades de género desde la voz de una mujer siempre genera más resistencia que si lo dice un hombre. Eso es una limitación en sí misma.

8. ¿Cree que la representación femenina en la radio influye en la percepción de género de la audiencia?

Absolutamente. La radio, como cualquier medio, moldea la forma en que la sociedad ve el mundo. Si las mujeres seguimos siendo minoría en ciertos espacios, la audiencia seguirá creyendo que ese es nuestro lugar.

No se trata solo de cuántas mujeres están al aire, sino de en qué condiciones están. No basta con incluir voces femeninas si esas voces no tienen la misma fuerza, el mismo respeto y la misma influencia que las masculinas.

16. ¿Qué cambios propondría para mejorar la representación de las mujeres en la locución?

Primero, romper los esquemas establecidos. No más mujeres relegadas a roles secundarios o a temáticas consideradas “femeninas”. Las locutoras deben tener acceso a los mismos espacios que los hombres, con la misma libertad de opinión y el mismo respaldo de las emisoras.

Segundo, un cambio cultural dentro de las radios. La equidad no se logra solo con presencia, sino con políticas reales que garanticen igualdad de oportunidades en todos los niveles: desde la programación hasta los cargos de dirección. Tercero, cambiar la percepción de la audiencia. La radio tiene un papel educativo en la sociedad. Si seguimos reforzando la idea de que la voz de autoridad es masculina, la brecha nunca se cerrará. Es hora de que la radio no solo refleje el mundo como es, sino como debería ser.

Anexo 4

Entrevista a Mónica Merchán – Directora de la Suprema Estación 96.1 FM

17. ¿Cuál es la proporción de locutoras femeninas en comparación con locutores masculinos en los noticieros y programas de entretenimiento de la emisora?

De lunes a viernes: Hombres 87,5% y Mujeres 12,5%

Sábado y domingo: Hombres 73,3 y Mujeres 26,7%

2. ¿Qué tipos de roles se asignan a las locutoras en los diferentes géneros de programación (noticieros, entretenimiento)?

- Locutora Principal o Ancla: SÍ
- Corresponsal (Acompaña al locutor principal): SÍ
- Reportera (Cobertura de noticias): SÍ
- Experta o Analista: No tenemos esa posición
- Locutora de segmentos breves: SÍ
- Locutora de Publicidad o Anuncios: SÍ
- Locutora especializada de segmento: SÍ

3. ¿En qué horarios se programan los noticieros y programas de entretenimiento que cuentan con locutoras, y cómo se comparan estos horarios con los de los locutores masculinos?

NOTICIEROS: 7H30-8h30 y 18h00-18h30; ENTRETENIMIENTO: 05H00-01H00. Hombres y mujeres en ambos horarios.

4. ¿Qué temáticas son abordadas por las locutoras en comparación con los locutores masculinos, y cómo se percibe la relevancia de estas temáticas?

- Noticias Generales: hombre y mujeres
- Arte y Cultura: hombres y mujeres
- Salud y Bienestar: hombres y mujeres
- Deportes: hombres y mujeres
- Tecnología y Ciencia: hombres y mujeres
- Sociedad y Género: hombres y mujeres
- Entretenimiento y Vida Familiar: hombres y mujeres
- Economía y Negocios: hombres y mujeres
- Medio Ambiente: hombres y mujeres
- Educación: hombres y mujeres
- Farándula: hombres y mujeres

5. ¿Cómo describiría el proceso de selección de locutores/as en su emisora?

Se basa en varios criterios: talento y conocimiento; experiencia y estilo; responsabilidad y capacidad. Nuestro objetivo es encontrar locutores/as que no solo tengan estas características, sino que además compartan nuestros valores y estén comprometidos con nuestra misión de brindar contenido de alta calidad a nuestra audiencia.

6. ¿Existen políticas o iniciativas específicas para promover la igualdad de género en la programación?

Los criterios de selección expresados en la pregunta anterior se aplican tanto a hombres como a mujeres postulantes.

7. ¿Qué criterios se toman en cuenta para asignar programas o segmentos a los locutores/as?

Todos los programas y todos los horarios pueden ser ocupados por hombres o mujeres.

8. En su experiencia, ¿cómo perciben los oyentes la participación femenina en su programación?

Nuestra audiencia valora el contenido de alta calidad más que el género de quien lo emite.

18. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de locutoras en su emisora?

De lunes a viernes: Hombres 87,5% y Mujeres 12,5%

Sábado y domingo: Hombres 73,3 y Mujeres 26,7%

19. ¿En qué géneros o formatos de programas suelen participar más las locutoras (noticieros, entretenimiento, cultura, música)?

Todos.

20. ¿Considera que las locutoras enfrentan desafíos específicos en comparación con sus colegas masculinos? ¿Cuáles?

Los mismos desafíos que sus colegas masculinos. El talento, el conocimiento, el compromiso no los define el género. La radio de mayor rating de sintonía del sur del país 96.1 FM La Suprema Estación la dirige la suscrita, una mujer, Mónica Merchán Cordero.

Nuestro equipo de producción y selección de programas está concienciado y sensibilizado sobre la importancia de evitar estereotipos de género. Aseguramos que nuestro contenido sea inclusivo y respetuoso con todas las personas, independientemente de su género, origen o preferencia sexual. Un ejemplo de nuestro compromiso con la sociedad y con la diversidad es la inclusión en nuestra programación de un espacio conducido por una persona que pertenece al grupo LGBTIQ y con contenido sobre sus derechos y los de las minorías con más de 7 años al aire.

12. ¿Han recibido comentarios o sugerencias del público en relación con la representación femenina en sus emisiones?

No es un tema que llame particularmente la atención de nuestros oyentes o cuestione de manera especial la ciudadanía.

13. ¿Cómo han evolucionado las dinámicas de género en la emisora a lo largo del tiempo, y qué cambios se han observado en la participación femenina?

En la medida en que más mujeres demuestren capacidad, conocimiento, talento, se verá un aumento más significativo en la participación femenina en nuestra emisora y en todo el sector de la comunicación.

Entrevista a Doménica González – Locutora de la Suprema Estación 96.1

21. ¿Cómo fue su proceso de ingreso a la emisora?

Comencé en Radio La Suprema Estación en el año 2016 como parte del equipo del programa deportivo *Licenciados en Pelotas*. Desde el inicio, mi pasión por la comunicación me permitió aprender y desarrollarme en un ambiente dinámico. Con el tiempo, fui asumiendo mayores responsabilidades y, en 2019, tuve la oportunidad de integrarme al noticiero *La Voz de*

la Ciudad, el programa informativo número uno del Azuay y del sur del país. Este cambio significó un gran crecimiento profesional y una consolidación de mi carrera en la radio.

2. ¿Cómo describiría su rol dentro de la programación de la emisora?

Actualmente, soy locutora y presentadora de noticias en *La Voz de la Ciudad*, un noticiero de alto impacto en la región. Mi rol implica no solo la presentación de noticias en el programa, sino también la investigación y preparación de contenidos, comentarios acertados, relevantes y reales para la audiencia. Además, apporto una perspectiva fresca y cercana, buscando siempre un enfoque claro, profesional y accesible para nuestros oyentes.

3. ¿Considera que tiene oportunidades equitativas en comparación con sus colegas masculinos? ¿Por qué?

Sí, en Radio La Suprema Estación siempre he contado con oportunidades equitativas para crecer profesionalmente. Desde el inicio de mi carrera en la emisora, he sentido que se valora el talento, la preparación y el compromiso, sin distinción de género. Aquí, las mujeres tienen espacios de opinión, análisis y liderazgo, lo que demuestra el compromiso de la radio con la igualdad. Me siento afortunada de formar parte de un equipo donde la capacidad y el profesionalismo son lo más importante.

4. ¿Ha enfrentado alguna barrera o dificultad debido a su género en el ámbito de la locución?

Afortunadamente, en Radio La Suprema Estación siempre he sentido que se valora el talento y la capacidad profesional por encima del género. Desde que inicié en la emisora, he tenido oportunidades de crecimiento y desarrollo en mi programa, lo que demuestra que aquí se apuesta por la equidad. Considero fundamental seguir impulsando la presencia femenina en la comunicación, destacando el talento de las locutoras y fomentando más espacios de liderazgo para mujeres con talento.

5. ¿Qué percepción cree usted que tienen sus colegas y superiores sobre el papel de las mujeres en la radio?

En Radio La Suprema Estación, el talento y la profesionalidad son los factores clave, sin distinción de género. Desde mi experiencia, he visto que las mujeres somos valoradas por nuestra preparación, capacidad de análisis y liderazgo en el tratamiento de los temas. La emisora brinda espacios para que tanto hombres como mujeres puedan expresar sus ideas con total libertad, lo que ha permitido que cada voz sea reconocida por su aporte y no por su género.

6. ¿En qué medida considera que las locutoras contribuyen a cambiar o perpetuar los estereotipos de género en la radio?

Las locutoras desempeñamos un papel fundamental en la radio, aportando nuestra voz y visión en distintos espacios informativos y de análisis. En Radio La Suprema Estación, la participación femenina es activa y valorada, lo que permite demostrar que las mujeres somos referentes en información, opinión y debate. Gracias a esta apertura, contribuimos a una comunicación más equitativa y diversa, en la que cada profesional es reconocido por su talento y preparación, sin distinciones de género.

7. ¿Se siente limitada en el tipo de contenido que puede abordar? Si es así, ¿por qué?

No, en Radio La Suprema Estación siempre he tenido la libertad de abordar cualquier tema con total profesionalismo y profundidad. La emisora valora el criterio y la capacidad de sus locutores sin distinción de género, permitiéndonos analizar y debatir sobre cualquier asunto de interés. Me siento respaldada para expresar opiniones fundamentadas y desarrollar contenidos con la misma libertad y responsabilidad que cualquier otro colega.

8. ¿Cree que la representación femenina en la radio influye en la percepción de género de la audiencia?

Sin duda. La presencia de mujeres en la radio es clave para reflejar una sociedad donde el talento y la capacidad no tienen género. En Radio La Suprema Estación, las voces femeninas han sido siempre parte fundamental de la programación, lo que permite a la audiencia reconocer y valorar la diversidad en la comunicación. Esto no solo refuerza la idea de que las mujeres pueden liderar espacios informativos y de análisis, sino que también normaliza la equidad en los medios y fortalece la confianza en las voces femeninas como referentes en el periodismo radial.

22. ¿Qué cambios propondría para mejorar la representación de las mujeres en la locución?

En Radio La Suprema Estación, la representación femenina es una realidad, ya que aquí no se juzga por el género, sino por el talento y la preparación de cada profesional. Sin embargo, para seguir impulsando la equidad en el ámbito radial en general, es importante fomentar más oportunidades de crecimiento para todas las personas en locución porque el desarrollo personal es individual y esto último garantiza espacios donde se valore el conocimiento, la experiencia y el compromiso con la audiencia.

Anexo 5

Entrevista a Silvia Abad – Directora de Radio Cómplice 99.7 FM

23. ¿Cuál es la proporción de locutoras femeninas en comparación con locutores masculinos en los noticieros y programas de entretenimiento de la emisora?

En las Noticias. – tenemos a Marlene Vintimilla y Karina Crespo, es un 40%. En entretenimiento de lunes a domingo estamos con Marlene Vintimilla, Lorena Alvarez (sábado) y Renata Palacios (domingos programa infantil Pequeños Cómplices) 35% en este año 2025 el año 2024 era un 40%

2. ¿Qué tipos de roles se asignan a las locutoras en los diferentes géneros de programación (noticieros, entretenimiento)?

-Locutora Principal o Ancla en noticias y en programación conduciendo un programa es la locutora principal y -Locutora de segmentos breves -Locutora de Publicidad o Anuncios - Locutora especializada de segmento.

3. ¿En qué horarios se programan los noticieros y programas de entretenimiento que cuentan con locutoras, y cómo se comparan estos horarios con los de los locutores masculinos?

El horario de Noticias con Marlene es de 06h00 a 09h00. El Noticiero con la presentación de Karina de 18h00 – 19h00.No hay comparación, cada uno cumple su función tanto en el noticiero como en programación general de la radio.

4. ¿Qué temáticas son abordadas por las locutoras en comparación con los locutores masculinos, y cómo se percibe la relevancia de estas temáticas?

De acuerdo a lo que señala los temas en el numeral 4 son temas que nuestra emisora los realiza debido a nuestro público que es de noticias y de música (romántica) en el noticiero son temas enfocados a la realidad que vive el país, políticos, económicos, educación, medio ambiente y nuestro segmento de Espacio de la Comunidad. Con respecto a deportes en el programa Bajo Control tenemos el segmento El toque Deportivo, el pensamiento del día y otros. En el programa Fusión tenemos segmentos de salud, cultura, psicológico y auto superación, y el segmento legal. En el programa dominio Cómplice Tecnología, tendencia, farándula y mente positiva.

5. ¿Cómo describiría el proceso de selección de locutores/as en su emisora?

Tenemos el personal que realiza las entrevistas y el casting para seleccionar los locutores en general, una de ellas es su capacitación, su capacidad para improvisar frente a un micrófono, vocalización y su conocimiento en actualidad y música. Entre otros factores.

6. ¿Existen políticas o iniciativas específicas para promover la igualdad de género en la programación?

En nuestra emisora Cómplice FM tratamos de tener esa igualdad, tenemos nuestra secretaria y nuestra contadora mujeres, el papel de la mujer en la sociedad ha crecido con mucha importancia en todo nivel.

7. ¿Qué criterios se toman en cuenta para asignar programas o segmentos a los locutores/as?

Cada Locutor de programa tiene la potestad de crear su segmento y lo conversamos para estar de acuerdo con ellos, siempre pensando que es de interés colectivo y enriquecedor.

8. En su experiencia, ¿cómo perciben los oyentes la participación femenina en su programación?

Los oyentes de nuestra programación según las encuestas son de un 60% mujeres, quienes siempre se comunican para saludar, pedir canciones o concursar para ganarse los premios, es muy activa la audiencia y muy receptiva a la voz femenina de nuestra locutora Marlene Vintimilla en su programa Fusión.

24. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de locutoras en su emisora?

Tenemos dos locutoras (Marlene de programa y de noticias) Karina de Noticias, en porcentajes es un 40% y un 25%. Estamos en un análisis de en este 2025 incrementar en la programación de lunes a viernes. La respuesta a este tema también está más claro en la pregunta 1).

25. ¿Considera que las locutoras enfrentan desafíos específicos en comparación con sus colegas masculinos? ¿Cuáles?

Cada Locutor tiene claro su rol en la programación no creo que haya rivalidad o desafío específico, Todos estamos prestos a aprender, escuchar y comunicar al público oyente la música y las noticias que a diario suceden.

11 ¿Han recibido comentarios o sugerencias del público en relación con la representación femenina en sus emisiones?

No tengo información de que el público haya comentado con respecto a la representación femenina en las emisiones de programas, sin embargo, tenemos comentarios de lo bien que realiza el trabajo cada locutor y las felicitaciones por la programación realizada por Cómplice FM.

12. ¿Cómo han evolucionado las dinámicas de género en la emisora a lo largo del tiempo, y qué cambios se han observado en la participación femenina?

Hace muchos años predominaba la voz masculina, sin embargo en la actualidad mantenemos un porcentaje mayor de la participación en micrófonos de voces femeninas y con tendencia a subir los porcentajes. Lo cual como mujer representante de este medio es un orgullo que cada día la mujer vaya abriendo camino en el mundo radial no solo aquí en Cuenca-Azuay sino en el Ecuador.

Entrevista a Marlene Vintimilla – locutora de Radio Cómplice 99.7 FM

26. ¿Cómo fue su proceso de ingreso a la emisora?

A través de un casting, luego de una recomendación de un amigo, quien laboraba en la estación radial en aquel entonces y sugirió mi nombre.

2. ¿Cómo describiría su rol dentro de la programación de la emisora?

Locutora-operadora de noticieros y programa de entretenimiento.

3. ¿Considera que tiene oportunidades equitativas en comparación con sus colegas masculinos? ¿Por qué?

En algunos aspectos, en otros falta equidad.

4. ¿Ha enfrentado alguna barrera o dificultad debido a su género en el ámbito de la locución?

Considero que no.

5. ¿Qué percepción cree usted que tienen sus colegas y superiores sobre el papel de las mujeres en la radio?

La mayoría, creería, le dan el espacio, el derecho y el valor que debe tener la mujer, en los diferentes ámbitos.

6. ¿En qué medida considera que las locutoras contribuyen a cambiar o perpetuar los estereotipos de género en la radio?

En gran medida contribuyen al cambio. Éso está ocurriendo actualmente y es evidente en todos los medios (principalmente en radio).

7. ¿Se siente limitada en el tipo de contenido que puede abordar? Si es así, ¿por qué?

No, para nada.

8. ¿Cree que la representación femenina en la radio influye en la percepción de género de la audiencia?

De cierta forma, sí. Las voces femeninas y nuestros estilos, han hecho que la audiencia sea mayoritariamente femenina, entre otras cosas.

27. ¿Qué cambios propondría para mejorar la representación de las mujeres en la locución?

Primeramente, se debe cambiar el pensamiento, abrirnos y dar la oportunidad a las voces femeninas, que son muchas y de calidad, y que podrían ser un aporte valioso para los medios. Crear espacios para que sean las mujeres, las que lideren con sus voces. De diversas formas se puede comprobar que, un trabajo bien hecho por una mujer, ha ganado más audiencia frente a lo realizado por un hombre. Las cualidades femeninas nos permiten relacionarnos de mejor forma con nuestra audiencia. Creo responde a nuestra sensibilidad, empatía y otras cualidades propias de las mujeres.

Anexo 6

RADIO QUE ESCUCHA CON MAYOR FRECUENCIA

LUNES a VIERNES 06H00-09H00

ESTUDIO RADIOS-CUENCA URBANO

POBLACION CONTESTA

VARIABLE	PORCENTAJE
RADIOACTIVA	3,5%
W RADIO	2,6%
ANTENA UNO	1,0%
RADIO SUR	1,0%
MAGGICA	3,2%
K1	1,6%
F.M. UNO	1,0%
SUPER 9.49	1,6%
96.1 LA SUPREMA	17,4%
HIT F.M.	2,6%
FAMILIA	1,3%
CATOLICA	1,3%
ESTELAR	1,0%
COMPLICE	8,7%
LA EX F.M.	1,3%
RADIO CIUDAD	1,0%
TOMBAMBAMBA F.M.	16,7%
MEGA	5,8%
LA CHISMOSA	7,7%
VISION	1,0%
SENSACION	3,2%
CANELA	3,9%
OTRAS F.M.	8,7%
TOMBAMBAMBA A.M.	2,3%
ALFA	0,3%
TARQUI	0,3%
TOTAL	100,0%

Exclusivo de COMPLICE

Anexo 7

**RADIO PREFERIDA EN F.M.
MUSICA DEL RECUERDO
LUNES a VIERNES 09H00-12H00
ESTUDIO RADIOS-CUENCA URBANO
POBLACION CONTESTA**

VARIABLE	PORCENTAJE
MAGGICA	5,3%
K 1	2,6%
SUPER 9.49	2,6%
96.1 LA SUPREMA	11,8%
HIT F.M.	2,6%
FAMILIA	2,6%
COMPLICE	23,7%
LA EX F.M.	2,6%
TOMBAMBA F.M.	2,6%
MEGA	10,5%
LA CHISMOSA	3,9%
SENSACION	7,9%
CANELA	7,9%
OTRAS	13,4%
TOTAL	100,0%

Exclusivo de COMPLICE

PROCACEEL XII/2023

Anexo 8

| RADIOACTIVA |
RADIO QUE ESCUCHA CON MAYOR FRECUENCIA

LUNES a VIERNES 12H00-15H00
 ESTUDIO RADIOS-CUENCA URBANO
 POBLACION CONTESTA

VARIABLE	PORCENTAJE
RADIOACTIVA	3,1%
W RADIO	1,2%
RADIO DEL SUR	1,2%
MAGGICA	3,1%
K1	1,6%
F.M. UNO	1,2%
SUPER 9.49	3,1%
96.1 LA SUPREMA	13,3%
HIT F.M.	2,4%
FAMILIA	1,2%
CATOLICA	1,2%
ESTELAR	1,2%
COMPLICE	10,6%
LA EX F.M.	1,2%
RADIO CIUDAD	1,6%
TOMBAMBA F.M.	11,0%
MEGA	8,6%
LA CHISMOSA	11,0%
VISION	1,2%
SENSACION	3,5%
CANELA	5,5%
OTRAS F.M.	9,6%
TOMBAMBA A.M.	2,0%
TARQUI	0,4%
TOTAL	100,0%

Exclusivo de COMPLICE

Anexo 9

RADIO QUE ESCUCHA CON MAYOR FRECUENCIA

LUNES a VIERNES 18H00-21H00
 ESTUDIO RADIOS-CUENCA URBANO
 POBLACION CONTESTA

VARIABLE	PORCENTAJE
RADIOACTIVA	3,6%
MAGGICA	5,5%
K1	3,6%
SUPER 9.49	3,6%
96.1 LA SUPREMA	12,7%
HIT F.M.	7,3%
FAMILIA	3,6%
CATOLICA	3,6%
ESTELAR	3,6%
COMPLICE	7,3%
TOMBAMBA F.M.	3,6%
MEGA	7,3%
LA CHISMOSA	9,1%
VISION	3,6%
SENSACION	3,6%
CANELA	5,5%
OTRAS F.M.	12,9%
TOTAL	100,0%

Exclusivo de COMPLICE

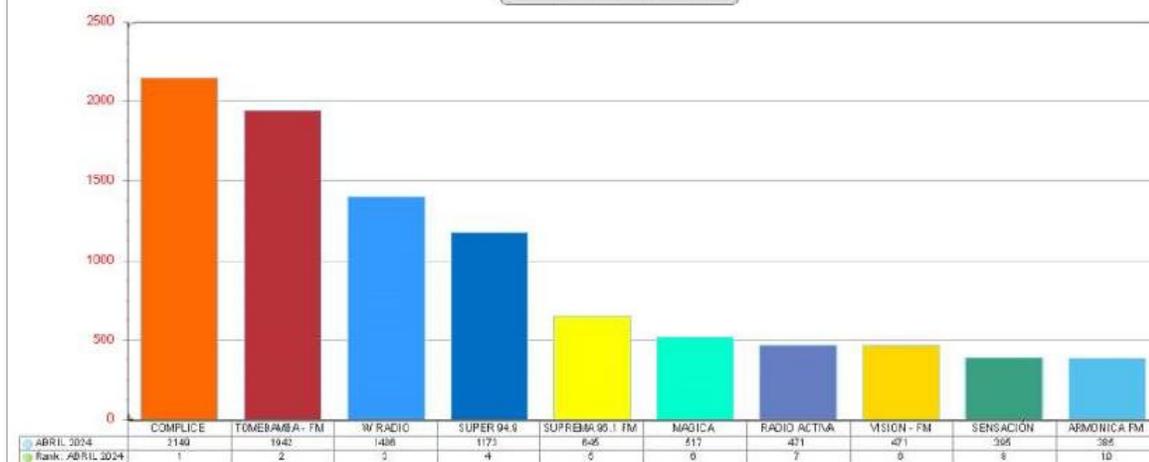
Anexo 10

PLANIFICADOR Y EVALUADOR DE RADIO



Ciudad: Cuenca
 Frecuencia: FM
 Publicación: Mayo 2024
 Días: Lunes a Domingo
 Nivel: Medio, Bajo
 Edades: 25 a 39, mas de 40
 Sexo: Todos los Sexos
 Género: Educativo / Cultural, Noticias / Opinión, Revista Musical, Romantica, Baladas, Salud
 Horas: Todas las Horas

RANKING RADIOYENTES



Uso exclusivo: Empresa: FM 88 Usuario: REYNO
 Note: Si el archivo no cuenta con QR, carece de validez

Mes Investigación: ABRIL 2024

Fecha: 18/09/2024 10:20:13