

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**



**CARRERA DE PERIODISMO**

**“ANÁLISIS DE LA PARIDAD DE GÉNERO EN LAS  
CONTRATACIONES DE TRECE NOTICIAS EN PERSONAS  
DE 25 A 65 AÑOS, EN SAN JOSÉ, PARA EL PRIMER  
CUATRIMESTRE DEL 2023”**

**AUTOR:**

**JESÚS ALBERTO CHACÓN CHAVARRÍA**

**TUTOR:**

**ANDRÉS RAMÍREZ FERNÁNDEZ**

**SEDE ARANJUEZ**

**ENERO, 2023**

## Índice

<b>Capítulo I. Introducción.....</b>	<b>10</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	10
1.2 Objetivos.....	11
1.3 Justificación.....	12
1.4 Antecedentes.....	13
1.4.1 Antecedentes internacionales.....	13
1.4.2 Antecedentes nacionales.....	14
<b>Capítulo II. Marco Teórico.....</b>	<b>18</b>
2.1 La paridad de género en el ámbito laboral.....	18
2.1.1 Discriminación laboral por razones de género.....	19
2.1.2 Derechos humanos.....	20
2.1.3 Desigualdad salarial.....	21
2.1.4 Teoría de la socialización de género.....	22
2.2 Teoría de medios.....	24
2.2.1 Teoría de medios.....	24
2.2.2 Cultura mediática.....	25
2.2.3 Comunicación organizacional e interna.....	26
2.2.4 Clima organizacional.....	28
2.2.5 Ascenso laboral.....	29
2.3 Marco legal para la igualdad de género.....	30
2.3.1 Normativa aplicable a medios de comunicación.....	32
2.3.2 Procesos de reclutamiento.....	33
2.3.3 Protocolo de contratación.....	34
<b>Capítulo III. Marco Metodológico.....</b>	<b>40</b>
3.1. Paradigma de la investigación.....	40
3.2 Tipo de investigación.....	41
3.3 Enfoque de investigación.....	42
3.4 Delimitación de la investigación.....	43
3.5 Población de estudio.....	44
3.6 Fuentes de información.....	44
3.6.1 Fuentes Primarias.....	45
3.6.2 Fuentes secundarias.....	46
3.7 Muestreo Probabilístico.....	47
3.8 Instrumentos de investigación.....	52
3.8.1 Encuesta.....	52
3.8.2 Entrevista.....	53

3.8.3 Estudio de casos .....	54
3.8.4 Procedimiento de recolección de información.....	54
<b>Capítulo IV. Análisis de Resultados .....</b>	<b>58</b>
4.1 Análisis de estudio de casos.....	58
4.2 Análisis de entrevistas a expertos .....	59
4.3 Análisis encuesta Trece Noticias .....	63
<b>Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>72</b>
5.1 Conclusión General.....	72
5.2 Conclusiones específicas .....	74
<b>Capítulo VI. Referencias bibliográficas .....</b>	<b>83</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>88</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla #1 Marco Legal sobre leyes y reformas que resguardan a las mujeres</b>	<b>31</b>
<b>Tabla #2 Ampliación de conceptos del protocolo de contratación</b>	<b>38</b>
<b>Tabla #3 Criterios de selección</b>	<b>44</b>
<b>Tabla #4 Conceptos complementarios del marco teórico</b>	<b>46</b>
<b>Tabla #5 Criterios de Inclusión</b>	<b>48</b>
<b>Tabla #6 Criterios de Exclusión</b>	<b>48</b>
<b>Tabla #7 Unidad de análisis</b>	<b>49</b>
<b>Tabla #8 Entrevistados</b>	<b>56</b>
<b>Tabla #9 Respuestas de los encuestados</b>	<b>70</b>

## Índice de figuras

<b>Figura #1 Estructuración de los procesos de reclutamiento</b>	<b>35</b>
<b>Figura #2 Género en el departamento de Trece Noticias</b>	<b>63</b>
<b>Figura #3 Profesiones en Trece Noticias</b>	<b>64</b>
<b>Figura #4 Edades del personal de Trece Noticias</b>	<b>65</b>
<b>Figura #5 Percepción de los colaboradores sobre el proceso de contratación</b>	<b>65</b>
<b>Figura #6 Percepción de los colaboradores sobre las limitantes del ascenso laboral</b>	<b>66</b>
<b>Figura #7 Percepción de la comodidad de los colaboradores</b>	<b>67</b>
<b>Figura #8 Percepción sobre las contrataciones de los primeros 4 meses del año</b>	<b>68</b>
<b>Figura #9 Escala del modelo de Likert sobre la paridad de género en Trece Noticias</b>	<b>69</b>

## Capítulo I. Introducción

### 1.1 Planteamiento del problema

¿Existe paridad de género en las contrataciones de trece noticias? La interrogante surge debido a la desigualdad en la participación laboral de las mujeres y su menor remuneración relativa, en comparación con los hombres: “lo que representa una de las principales fuentes de inequidad de género observada en los países de América Latina, y de los países del grupo BID en particular (Banco Interamericano de Desarrollo, 2021, p.1).

Esta realidad nace debido a que desde hace siglos atrás las mujeres de todo el mundo han luchado por la paridad de género buscando tener los mismos derechos ambos géneros, pero sobre todo mantener las oportunidades laborales donde puedan desarrollarse. Las mujeres siempre han sido pieza fundamental en la sociedad debido a la capacidad de realizar múltiples actividades, desde ser amas de casa, hasta fungir como madre y padre a la vez.

Antes de profundizar en datos es importante resaltar el tema del liderazgo de paridad de género en los que autores como Godoy y Mladinic (2017, p.3) comentan cómo cada género tiene características diferentes de dirigir y que, en el caso de la mujer a la hora de liderar a su personal a cargo dentro de una empresa, tiende a preocuparse más por los empleados que por las tareas como suelen realizar los hombres. De igual forma, ellas sienten que al tomarlos en cuenta están más motivadas para hacer mejor su trabajo.

Esto se cree que es debido al instinto que tienen las mujeres a cuidar y ser más sensibles que los hombres, en la actualidad Costa Rica sigue siendo un país que lucha por la igualdad de género, pero que día a día se le sigue conociendo como “un país machista”, porque por medio del aprendizaje social existen roles predispuestos a cada género. En varias ocasiones se considera que no tienen la capacidad para estar en algún puesto directivo o gerencial dentro de una empresa o que no pueden trabajar en cierto tipo de empleos o algún puesto en específico, ya que muchos de estos los catalogan que son “solo para hombres”.

Con base en esta investigación se pretende conocer acerca de la realidad que vive una institución del estado como lo es el SINART, en el área de reclutamiento de Trece Noticias en personas de 25 a 65 años analizando desigualdad en las personas cuya edad es mayor a los 35 años donde se les dificulta ser tomados en cuenta por las áreas de reclutamiento.

A partir de un modelo de CID para mujeres en los países aliados, encontramos evidencia que sugiere que la vida conyugal se asocia con reducciones de 19% en la probabilidad de estar ocupadas y de cerca de 17% en su remuneración real por hora trabajada. La maternidad también se asocia con reducciones en ambas variables, por 5.5% y 6.3%, respectivamente. En las parejas en las que la mujer tiene mayor número de años de escolaridad aprobados, el efecto negativo de la vida conyugal sobre su participación laboral se mitiga en 0.8% particular. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2021, p.1)

Como puede observarse el tema laboral presenta estadísticas que reflejan una disparidad importante de analizar. Además de la importancia de analizar que, al ser un medio de comunicación, puede generar una influencia en los televidentes donde podría reflejar que no hay oportunidad para ambos géneros.

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el grado de paridad de género en las contrataciones del medio Trece Noticias, en personas de 25 a 65 años, en San José para el segundo cuatrimestre del 2023.

### **Objetivos Específicos**

1. Identificar posibles vacíos y debilidades en las políticas y protocolos de contratación existentes en Trece Noticias.
2. Detallar las barreras en los procesos de reclutamiento y ascenso laboral en el medio Trece Noticias.
3. Establecer la percepción de los colaboradores de Trece Noticias con respecto a las políticas de paridad de género dentro del medio.
4. Revisar si existió un ajuste en cuanto a la paridad de género en las contrataciones durante el primer cuatrimestre de 2023.

### 1.3 Justificación

Con base en los objetivos anteriormente expuestos se trabajará en la forma de hacer el conocimiento más amplio y así dar a conocer las dificultades que pueden existir con respecto al tema de paridad de género en Trece Noticias, desde conocer si hay vacíos y debilidades en los procesos de contratación, las barreras de reclutamiento y ascenso laboral, como también dar a conocer si existe un ajuste en cuanto a la paridad de género en los primeros 4 meses del año en curso.

Encontrar trabajo es mucho más difícil para la mujer que para el hombre en todo el mundo. Cuando la mujer trabaja, suele hacerlo en puestos de baja categoría y en condiciones de vulnerabilidad, y se prevé pocos avances a corto plazo (Organización Internacional del Trabajo, 2018, p.1).

Como se puede detectar en la información de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) existen escenarios laborales en los que a la mujer se le dificulta más encontrar empleo por lo que la incursión de ambos géneros en las empresas no se ha venido dando de manera desigual, por lo que se busca en esta investigación, indagar la situación de este aspecto, haciendo un análisis comparativo de las dificultades de acceder a empleo con base en los diferentes comportamientos de ambos géneros dentro del medio Trece Noticias.

Con esta investigación se busca brindar información de la realidad del acceso de mujeres al ámbito laboral dentro de la empresa, así como analizar el impacto que ha tenido la ley N°7142 que es la ley de promoción de la igualdad social de la mujer en la búsqueda de garantizar la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en los campos político, económico, social y cultural.

Igualmente se indagará sobre las oportunidades y limitantes que tienen las mismas dentro del medio de comunicación para llegar a puestos directivos, así como una jefatura de información o ser la directora del medio.

Por su parte se busca demostrar algunas similitudes que aún se encuentran dentro del medio de comunicación Trece Noticias referentes a la mujer y su crecimiento en puestos de jefatura, así mismo como dar a conocer si las creencias o mitos que por años se han generado han influenciado sobre los tipos de liderazgo.

Con base en la conducta que posee cada sexo es por lo que se sigue considerando que los hombres son más aptos para los puestos donde se requiere mayor responsabilidad. Además de

determinar la igualdad que se posee a la hora de realizar los procesos de reclutamiento y ascenso laboral dentro del medio Trece Noticias.

## **1.4 Antecedentes**

### **1.4.1 Antecedentes internacionales**

Los antecedentes internacionales permiten tener una visión globalizada de cómo se entiende el tema en diferentes partes del mundo. La importancia del espectro internacional refleja cómo cada país abarca el problema. Además, el aspecto del antecedente internacional da un amplio escenario teórico para analizar las brechas de género y las especificidades culturales de cada país y que entra en juego en las brechas de género.

Batres (2021) en su artículo Ejercicio del periodismo y desigualdades de género, comenta que,

De manera exploratoria acerca de las condiciones y el ejercicio de la práctica periodística de trabajadoras de específicamente el medio de comunicación Olavarría, esto a medida de la revisión de los conceptos principales de la socióloga de las redacciones, la bibliografía de género busca relevar las desigualdades en el ámbito de la producción del periodismo. (p.15)

Este autor refiere a que en ámbito laboral existen desigualdades que son importantes de demostrar en fin de buscar más paridad de género, el autor demuestra cómo el periodismo es una puerta por usarse para visibilizar este problema.

Los medios de comunicación poseen la responsabilidad social a la hora de informar o referirse sobre los problemas estructurales que violentan el género al constituirse como una de las principales fuentes para la ciudadanía de educación, son muchos los códigos deontológicos, pautas y recomendaciones que se han venido publicando y promovido por los mismos profesionales de los medios como por instituciones públicas y asociaciones de mujeres para centralizar la orientación de la información sobre la violencia de género que vive la profesión del periodismo. (Dykinson, 2017, p.6)

Los datos de la revista la desigualdad de género e invisibilidad en la comunicación refleja que la violencia de género presenta diferentes escenas como lo es la paridad de género y que

denunciar esas falencias es un acto de respeto a los derechos humanos y a la lucha por el acceso equitativo de las mujeres a las opciones laborales.

Los datos relevados de numerosos estudios que rodean a nivel mundial, regional y local, se observa una alta desigualdad e inequidad de género para diferentes puestos laborales. En países como Argentina el 31% representa la cantidad de mujeres que poseen puestos de jefatura y dirección, en temas de salarios las mujeres perciben cerca de un 50% menos de salario en un mismo puesto que un hombre. Se busca que haya un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considere equivalente en lo que se refiere a derechos y beneficios. (Canella, 2019, p.36)

Se puede analizar que como se ha desarrollado líneas más arriba existe desigualdad de condiciones entre empleos entre hombres y mujeres y este autor nos amplía aún más el espectro de la disparidad de género. Porque no solo revela diferencias en el acceso a los empleos, sino que también existen diferencias salariales entre hombre y mujeres en un mismo empleo.

#### **1.4.2 Antecedentes nacionales**

En el ámbito nacional es importante recalcar la lucha por la paridad de género. “En 1923, se fundó en Costa Rica la Liga Feminista, un movimiento cuyo fin principal en la luchar por la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, especialmente el derecho a emitir el voto y poder ser electas en cargos políticos” (La República, 2021, p. 3).

Como puede observarse desde 1923 se ha buscado que Costa Rica llegue a acortar la brecha de paridad de género, pero en la presente investigación desea analizar si en un ente estatal existe desigualdad de género en contrataciones o asignación de puestos.

El Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) es un ente perteneciente al estado donde su contenido tiende a ser material que aporte y beneficie directamente a los costarricenses, como parte de la ley N°8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión cultural, fortalece las culturas que hay en nuestro país, donde muchos medios dejan de cubrir, logrando mantenerlas vivas y al alcance de todos por medio de su canal televisivo.

Es relevante tener conocimiento de la naturaleza de la institución donde se realiza la investigación para poder analizar los hallazgos que se dan en este medio de comunicación. En la ley número 8346 se establece que SINART Costa Rica Medios es el sistema de medios de comunicación pública de Costa Rica. Está compuesto por Trece Costa Rica Televisión (Canal 13

en la señal analógica y 13.1 en la señal digital terrestre), Radio Nacional de Costa Rica 101.5 FM, sus medios interactivos y una agencia de publicidad de SINART que ofrece sus servicios a clientes públicos y privados.

Por ejemplo, se detectó que es una institución pública en la que no deberían darse espacios de discriminación porque el estado más bien debe tutelar que existan igualdad de derechos y más al ser un noticiero estatal debería existir espacios para realizar denuncias, si existen, de las disparidades de género que puedan existir, tal y como lo establece en el artículo Brecha salarial de género en Costa Rica. Una desigualdad persistente.

El origen de la desigualdad laboral es un tópico en el cual Costa Rica no es inherente, a tal grado que, en un estudio en el 2019, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), indica:

La disparidad salarial en un mismo puesto e iguales labores entre hombres y mujeres es del 27%. En Costa Rica la participación de las mujeres en el mercado laboral es del 47%, mientras que el 75% de los hombres están insertos. Pero esto no garantiza que solamente esas mujeres trabajan, sino que las tasas de informalidad, desempleo y subempleo son lideradas por ellas. (Torres, 2022, p.1)

Como puede analizarse desde la teoría expuesta existe un gran porcentaje de desigualdad en las condiciones laborales y en la remuneración económica para aquellas que sí están incorporadas al mercado formal, las condiciones también son desiguales. La brecha salarial ronda el 27% y los puestos de dirección están ocupados en su mayoría por hombres, lo cual se relaciona también con la doble jornada que tienen que realizar las mujeres. El tiempo que dedican las mujeres a labores del hogar es de 36 horas semanales en promedio, mientras que los hombres solamente dedican 13 horas.

En Costa Rica la brecha salarial es uno de los principales indicadores de que se está presentando la desigualdad de género.

Valverde (2019) en su artículo La desigualdad social y precarización de las condiciones laborales en Costa Rica argumenta que el derecho al trabajo como uno de los derechos humanos que constituye la lucha y conquista social que ha sido ejercida en contextos históricos, las normativas cambiantes y sujetas a las demandas de los modelos político-económico, dan esa desigualdad social y precarización de las condiciones laborales que se dan en el país. Esta ha sido una realidad que durante los años ha trascendido las expresiones en el mundo laboral, pues el

deterioro al ejercicio pleno del derecho se deteriora con la violación a otros derechos que garantizan la integridad de los trabajadores.

Este trabajo estudia el comportamiento de la brecha salarial entre géneros en Costa Rica, con el fin de determinar quiénes se enfrentan a mayores niveles de desigualdad en los niveles altos de la distribución salarial, los resultados que se obtuvieron esclarecen las distintas variables que llegan a afectar los extremos de la distribución salarial. Se concluye con que no es posible descartar la hipótesis de que las mujeres se enfrentan a techos de cristal en el mercado laboral de Costa Rica. (Rodríguez, 2017, p. 27)

En este antecedente teórico se reconoce como la mujer tiene techo de vidrio por estar sujeta a diferentes escenarios de desigualdad, dado que no sólo tienen acceso a menos puestos laborales, sino hechos como el quedar embarazada es visto como una situación de complejidad para el desarrollo de su trabajo.

INAMU (2017), indica que el proceso se ha venido fortaleciendo con un apoyo fundamental para lograr fortalecer la seguridad y los derechos económicos de las mujeres ya que es una labor específicamente en el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer. En Costa Rica al igual que en el resto de la región el programa AGEM ha sido de mucha ayuda conjunto un esquema de alianzas con organizaciones de mujeres y la academia, esto les garantiza a las mujeres su apropiación por parte de ellas mismas y las instituciones clave para este desarrollo.

## 1.5 Proyecciones

Los alcances dan a conocer con una mayor precisión lo que se puede proyectar desde de la investigación. Por ejemplo, uno de los alcances es detectar si existen problemáticas en su población de colaboradores que afecten la paridad de género.

Se puede afirmar que la determinación de los alcances de la investigación incide no sólo en la parte operacional del estudio, sino de manera clara y contundente sobre el análisis de los resultados (...) la determinación de los alcances ayuda ampliamente a establecer y moldear una adecuada estrategia de operacionalización de variables, desde lo conceptual hasta lo estructural, sobre todo, en la selección de los métodos que brinden mejor orientación a los resultados. (Mellado, 2019, p. 5)

Se analizará la dinámica de SINART para dar a conocer el manejo de cuando se da un abordaje al interior de Trece Noticias para trabajar en el desafío de evitar la desigualdad de género en los procesos de selección y reclutamiento.

Uno de los alcances del trabajo es poder acceder a la institución, sentar y conocer su trabajo con la población sujeta a estudio y entender la importancia que tienen en la validación histórica por la lucha de la apertura de espacios laborales en temas de paridad de género.

En la parte operacional es importante resaltar que se tendrá acceso al obtener información relevante. Dando forma a un trabajo académico que busca poner en la palestra temas de amplio debate de importancia social.

Los métodos elegidos en el proceso de investigación resultaron óptimos para recolectar información y para sistematizar un análisis crítico de la realidad de las personas sujetas al estudio. La eficacia de los métodos utilizados parte de una adecuada elaboración y aplicación, orientando de manera óptima los resultados.

Se buscará recolectar información importante que estructure la interpretación de teoría dando una explicación teórica y metodológica del problema de investigación.

Por medio de esta investigación basada en revisión de bibliografías se engloba una problemática que no solo el medio vive si no muchas empresas y costarricenses, sumado a esto es una problemática que afecta a nivel internacional.

## Capítulo II. Marco Teórico

Este marco teórico, contendrá las teorías que sustentarán el diagnóstico y las cuales servirán de apoyo en el desarrollo de este ya que darán el fundamento necesario para lograr el conocimiento intrínseco para desarrollar la máxima comprensión.

La riqueza de este también radica en que se recolecta información que ayuda a lograr relacionar la teoría con los datos que se adquieren en el campo de investigación.

Con el fin de analizar la temática que se presenta en la sociedad estas definiciones permitirán dar a su vez los preceptos básicos y las herramientas para una adecuada triangulación de información. Estas teorías serán la visión por la cual el diagnóstico presente se aborde, tal y como lo veremos a continuación.

### 2.1 La paridad de género en el ámbito laboral

La paridad de género laboral alude a alcanzar una cantidad muy igual de hombres y mujeres en los puestos de trabajo, generando las mismas responsabilidades en ambos géneros, ya que anteriormente se generalizaba un puesto, por ejemplo, solo las mujeres se encargaban de trabajos con menos riesgo y los hombres se encargaban más donde hubiera esfuerzo o resistencia. Sin embargo, hoy ambos cuentan con las mismas oportunidades en el ámbito laboral con el fin de acabar con las brechas entre ambos géneros.

La paridad se constituye en un acelerador de la igualdad de facto. A diferencia de la cuota “que es una medida temporal de ajuste cuyo objetivo es reducir la representación de las mujeres en la política, la paridad es una medida definitiva que busca compartir el poder político entre mujeres y hombres” (Torre, s.f., p. 249).

La discusión sobre la paridad de género ha tenido su punto de partida en la discriminación hacia la mujer, específicamente en oportunidad laborales, de acceso a la educación y de otros indicadores. Bajo esa misma premisa, se han generado múltiples esfuerzos por acortar las brechas entre hombres y mujeres para lograrlo.

La igualdad de género no significa que hombres y mujeres deban ser tratados como idénticos, sino que el acceso a oportunidades y el ejercicio de los derechos no dependan del sexo de las personas. La igualdad de oportunidades debe incidir

directamente en el ejercicio efectivo de los derechos de las mujeres (Organización de las Naciones Unidas, 2015, p. 4).

La igualdad es un derecho humano que a lo largo de los años ha sido protegido por distintos instrumentos nacionales e internacionales en materia de derechos humanos. De forma que la igualdad tiende a ir de la mano con el principio de la no discriminación, haciendo que, en este sentido, la manera de que exista la igualdad será posible solo erradicando la discriminación contra las mujeres.

### **2.1.1 Discriminación laboral por razones de género**

El tema de discriminación en el ámbito laboral se ha dado mayoritariamente en las mujeres debido a su inclusión en los mercados, donde las más conocidas se dan en temas como el pago de salarios o las condiciones donde se deba desarrollar el puesto, tal y como lo indica el autor, que la mayoría de los puestos jerárquicos son ocupados por hombres, disminuyendo las tasas relacionadas a mujeres en estos puestos.

La participación de las mujeres en el mercado laboral ha traído consigo problemas de discriminación en cuanto al acceso, a las condiciones, a la retribución y a la permanencia, lo que desata una situación de inequidad entre hombres y mujeres. Tales castigos son más intensos cuando se trata de promociones a los cargos directivos, ya que las tasas relativas de mujeres promovidas a cargos decisivos y estratégicos disminuyen con el grado de la jerarquía. (Meza y Mora, 2013)

A lo largo de los años, en las distintas fases de la cotidianidad, las relaciones entre hombres y mujeres han sido desequilibradas. Una de sus causas es, como lo menciona la cita anterior discriminación en cuanto al acceso, a las condiciones, a la retribución y a la permanencia, lo que va dejando una visión de la mujer en un segundo plano.

Lo que la naturalización en una construcción social arbitraria de lo biológico que ha impulsado a generar la división sexual del trabajo, de acuerdo con un enfoque androcéntrico. La discriminación en el trabajo por razón de sexo es un tema de conocimiento general. Es innegable que este fenómeno se sigue produciendo, tanto en nuestro país, pero, aunque conozcamos el problema que esto supone, ¿nos paramos a cambiarlo?

Es una actitud que mucha gente tiene arraigada y que probablemente le salga de

una manera inconsciente, ya que la discriminación en el trabajo es la última pieza de otra serie de actitudes machistas. Hay diferentes maneras de discriminación, y aquí se podrán observar cuáles son y de qué manera afectan a las mujeres de nuestro entorno (Ordóñez, 2015, p. 262).

La discriminación como punto de divergencia recae en aspecto de tinte cultural, porque está muy arraigada en la sociedad. Presentándose espacios de vulnerabilidad social que repite patrones.

### **2.1.2 Derechos humanos**

Los derechos humanos se podrían considerar como aquellos principios y normas que a nivel mundial deben de regir los actos de las personas, comunidades y las instituciones en busca de que se logre preservar la dignidad humana fomentando la justicia y la paz. Por lo que en un tema tan relevante como lo es luchar contra la desigualdad de género es importante destacar los derechos humanos.

Según mencionan Raya, Caparrós, Carbonero (2018):

Los Derechos Humanos están implícitos tanto en la teoría como en la práctica profesional. A través de los Derechos Humanos, la intervención que se desarrolla y se orienta a reducir las situaciones de injusticia, pobreza y desigualdad y, en definitiva, a mejorar las condiciones de vida de las personas en situación de dificultad social (p. 2).

Por lo anterior, el garantizar los derechos humanos es algo vital para cualquier ambiente y aún más en el ámbito laboral. Buscar educar y fomentar son parte de los requisitos que cada empresa debe tener con el fin de que se cumplan de una manera oportuna, dándose así una inclusión social para ambos géneros.

Sánchez (2021) define el concepto de derechos humanos como “las condiciones de la existencia humana que permiten al ser humano desenvolverse y utilizar plenamente sus dotes de inteligencia y de conciencia” (p. 1).

Actualmente existe una cuarta generación de derechos humanos, la finalidad de este es concebir a la humanidad como una sola familia y que todos sus miembros sumen esfuerzos para el bienestar global, además, sería el resultado del desenvolvimiento en la organización política

social.

### **2.1.3 Desigualdad salarial**

Una de las brechas que más marca la desigualdad entre ambos géneros es la parte salarial, donde en muchos de los casos los salarios de los hombres llegan a ser mayores en comparación a los de las mujeres. La aportación que hace el género femenino en temas de dotación de capital humano y aporte de conocimiento, así como el desempeño que tenga dentro de una entidad, deja en evidencia que aún hay una existente discriminación en tema de paga.

Las estimaciones muestran que el salario que deberían recibir las mujeres costarricenses por sus dotaciones de capital humano y los atributos del trabajo que desempeñan es mayor que el que realmente reciben. Estos resultados, aunados a los de estudios anteriores, evidencian una persistente discriminación salarial por motivos de género en Costa Rica. (Torres & Zalcicever, 2022, p.7)

Como puede observarse la desigualdad salarial es aquella acción ejecutable en el ámbito laboral y que hace percibir menos salario en igual puesto o funciones, entre hombres y mujeres.

Cedeño (2015) encuentra la persistencia de discriminación salarial en contra de las mujeres durante el período de 1992 a 2013 y sugieren que esto ocurre porque “los patronos tienden a dar a los hombres un premio salarial por el hecho de ser hombres”, a la vez que “tienden a castigar salarialmente a las mujeres”.

Este aporte teórico devela que es un problema de muchos años y que será difícil de equilibrar, pero que debe empezar a dar avances en la erradicación de la disparidad de género, misma que debe trabajarse a lo interno de las organizaciones para lograr dar esa inclusión total a ambos géneros. Con base en esto los expertos señalan las teorías de socialización que ampliaremos a continuación.

#### **2.1.4 Teoría de la socialización de género**

A partir de esta teoría se da un aprendizaje en el que se interioriza por parte de los hombres y mujeres la división de tareas en función del sexo y se construyen los roles de género que son en realidad los que facilitan en la práctica la discriminación, entremos a la definición de la teoría de la socialización de género.

Proceso de aprendizaje por el que se transmiten las creencias, los valores y los comportamientos dominantes de una determinada sociedad, se construyen las relaciones de género y se asignan los papeles diferenciales (Instituto Nacional de la Mujer, 2023, p. 21).

Una forma donde comienza a afectar la socialización de género es cuando desde la infancia se perpetúa en las reglas generales de la sociedad, donde al hombre le dan roles o confianzas más fácilmente, tales como regresar tarde a su casa o conducir un automóvil, en caso contrario las mujeres reciben restricciones a todas estas acciones, achacando el problema a las inseguridades que hay hacia ellas.

Se perpetúa en las reglas generales de la sociedad, de tal suerte que se reciben tratos diferenciados en cuanto a los mismos asuntos: a los varones adolescentes se les da oportunidad de llegar tarde, de conducir en auto y se les incita a tener relaciones o experiencias sexuales tempranas como parte de su preparación para la vida adulta; mientras que para las mujeres adolescentes las posibilidades son menos amplias: se les restringe el horario, la forma y los lugares de salida, lo anterior bajo la idea de que por ser niñas están más expuestas al peligro (idea que se generaliza y se vuelve una suerte de profecía que se cumple), y además, que a diferencia de los chicos, si ellas tienen más experiencias sexuales tempranas entonces son menos deseables y aceptadas. (Rocha-Sánchez, 2008, p. 13)

Otra forma donde se puede evidenciar ese trato diferenciado sola manera en las que se distribuyen las diferentes tareas que se realizan en el hogar, donde a las mujeres se les asignan tareas de casa, así como el cuidado de sus hermanos, mientras que a los hombres se les hace ver que sus funciones son más de esfuerzo físico.

En la actualidad, la televisión se erige como el medio más consumido por las familias, que a menudo centran sus hábitos y costumbres en el hogar en torno a este elemento.

## **2.2 Papel de la televisión en estereotipos de género**

Durante mucho tiempo la televisión ha tenido la gran responsabilidad de crear estereotipos sobre la audiencia que sintoniza un programa en específico o un canal, donde un mal comentario en contra de algún género podría provocar grandes ataques de las personas ofendidas por medio de las redes sociales que, hoy logran tener un alcance de viralidad más rápido que un medio de comunicación tradicional, afectando la imagen corporativa y dejando de percibir ingresos. Ante esto los estereotipos que más podrían afectar son los de las personas adolescentes ya que se encuentran en un constante proceso de cambios.

De entre todos sus miembros, los que más preocupa son los adolescentes, puesto que se encuentran en una etapa caracterizada por profundos cambios físicos, sociales y relacionales que desembocan, habitualmente, en un distanciamiento de sus padres, y, por tanto, en un cambio en el modelo familiar (Roche, 2015, p.3).

A lo largo de los años los medios de comunicación han generado diferentes estereotipos sobre los hombres y las mujeres, tales como programas de televisión que hacen idealizar a ambos géneros como figuras definidas, lo que provoca que desde la infancia todos sigan un estereotipo y al no cumplirlo no encajan con las demás personas, generando grupos diversos de géneros.

Los medios de comunicación son simultáneamente reproductores y creadores de los modelos femeninos y masculinos, es decir, de lo que social y culturalmente es considerado adecuado del ser mujer y del ser hombre. En aspectos fundamentales de la vida social, la mayoría de la población no tiene un conocimiento directo por medio de su experiencia de cuestiones fundamentales ligadas a las construcciones de género y su imagen mental se va elaborando a través de los medios de comunicación. Si bien hoy en día tenemos más datos que nunca y el acceso a la información es directo e inmediato, el conocimiento real requiere un aprendizaje del modo en el que los medios elaboran sus informaciones y de los intereses que en muchas ocasiones subyacen a las noticias, reportajes y artículos de opinión. (Rodríguez, Pando, Berasategui, 2014, p. 13)

Los medios de comunicación poseen el poder no solo como transmisores sino también como productores activos de una realidad. Funcionan en un mercado globalizado en el que logran

ingresar a diferentes hogares construyendo la imagen del mundo que se logra a nivel imaginario colectivo. Por eso es vital conocer el papel que juega la teoría de medios.

### **2.2.1 Teoría de medios**

Los medios de comunicación a lo largo de los años son empresas que mueven grandes masas o que pueden generar un pensamiento diferenciado sobre algo en específico, donde por años las clásicas teorías manifiestan que desde antes de la II guerra mundial se nombraba la omnipotencia del gran poder que tenían los medios, pasando por teorías de efectos limitados y que fue hasta después de los años 70 que comenzaron a existir teorías que reconocen la importancia de los efectos, que mediante determinadas circunstancias se puede evidenciar el alto efecto de influencia y los efectos que los medios pueden generar sobre las masas que los consumen. Bumer (1993) recuerda que “con la aparición de las teorías se comienzan a hacer estudios sobre la influencia de diferentes medios y contenidos o, por ejemplo, estudios sobre los efectos de las películas en niños y jóvenes” (p. 3).

Las empresas se encargan de contratar expertos para mejorar las comunicaciones de sus complejas organizaciones, tanto así que las teorías de medios de comunicación son el resultado de un procedimiento analítico, que es destinado a simplificar el objeto de estudio para dividirlo en partes donde se logre comprender de una mejor forma.

Por tanto, la vía en que uno percibe un medio está en relación con el esquema personal en el que la persona se ha culturizado. Cuando el tiempo pasa la experiencia cambia y la novedad se pierde, incrementándose la familiaridad con el medio (Nordland & Zanjón, 1975).

Por tal razón la teoría de medios es fundamental para entender la relación que existe entre diferentes géneros y cómo la sociedad normaliza estas relaciones. Es en este punto donde culturalmente se normaliza la familiaridad en medio de la desigualdad salarial.

A lo largo del desarrollo de la asignatura de teorías y medios de comunicación se procurará dar cuenta de las maneras en que se ha intentado abarcar ese fenómeno, prestando particular atención al modo en que los distintos dispositivos técnicos aportan a la producción de inflexiones en los vínculos sociales y, en consecuencia, operan como agentes de diferentes formas de “construcción de lo real. (Facultad de

Filosofía y Letras, 2023, p.3)

Como puede verse hay diferentes formas de analizar la construcción social en la que se crean significaciones y poder ir rompiendo patrones. Para entender esto es vital conocer la teoría de la cultura mediática.

### **2.2.2 Cultura mediática**

Esta cultura mediatiza la capacidad que poseen hoy en día los medios de comunicación de aplicar las prácticas sociales, que se dan a través de los medios de comunicación masivos. Con la incorporación de la internet se ha generado que los roles de estos hayan tenido consecuencias realizando cambios en la exposición de material mediático que producen.

La transformación que los roles de los productores y consumidores de los medios de comunicación tradicionales han sufrido en los últimos años como consecuencia de la implantación de internet como medio de comunicación social preponderante, ha afectado no solo en la concepción, elaboración y promoción de los contenidos mediáticos, sino también en la relación creador-consumidor que hasta ese momento era eminentemente vertical. (Martín Jiménez & Campos Domínguez, 2011, p. 2)

Con el pasar del tiempo los medios de comunicación se han tenido que acoplar a los diferentes cambios que han sufrido en la exposición de sus noticias, denominaremos cultura mediática o sociedad mediatizada a la capacidad que tienen en la actualidad los medios y las nuevas tecnologías de modelar el conjunto de las prácticas sociales. Esta cultura indica el proceso de transformación en la producción de significados por la existencia de las tecnologías y los medios. (Quiroja,1999, p.29)

Sin embargo, muchos medios se han dedicado a publicar contenidos que tienen como objetivo buscar que la igualdad de hombres y mujeres provocan polémica, para así atraer mayores lectores y generar más audiencia.

Para entender este punto es necesario respaldar la teoría con datos, según el observador (2021) “Asimismo, se rescata que las redes sociales más utilizadas en Costa Rica son WhatsApp (87%), Facebook (82%), YouTube (75%), Instagram (55%), TikTok (31%) y Pinterest (30%)” (p.1).

Al tener datos tan sorprendentes de los medios que las personas costarricenses consumen

es vital que todos los medios en busca de que sean consumidos deben velar por ser avanzados y asegurando procesos de calidad.

Dar relevancia en que los medios están inmediatamente con la comunidad y que es un proceso que se da a partir de la participación de la comunidad en los medios. Por lo que es necesario analizarlo de la manera óptima para lograr el acercamiento de la población a los medios, logrando hacerlos partícipes de la visualidad, además de crear cercanía a ellos confianza y empoderarlos.

La innovación se debe convertir en procesos que generan ideas, desarrollan proyectos que permitan realizar un proceso de prueba y error en el mercado, hasta convertirlas en una actividad rutinaria dentro de la empresa y concebirla como una ventaja competitiva (Barreto, 2017).

El avance de la tecnología debe verse como un medio para visibilizar desde medios y plataformas digitales los casos de disparidad y vulnerabilidad por género.

La tecnología de proceso es el *software* y las herramientas, incluidas las plataformas digitales y automatización inteligente de proceso (IPA), que se utilizan de forma eficiente e inteligente para crear y entregar productos y servicios, así como mejorar la velocidad y agilidad de los procesos en toda la empresa (Cognizan,2023, p. 1).

Para la gama de la industria la innovación pasa a ser la base de la capacidad de las empresas con el fin de mantener una ventaja competitiva, incluyendo la estandarización de sus productos y servicios debido a los gustos de los consumidores, así como el desarrollo de las economías de escala mundial.

### **2.2.3 Comunicación organizacional e interna**

Estas comunicaciones llegan a ser primordiales y necesarias en cualquier entidad con el fin de sobrellevar los procesos internos que deben desarrollarse para alcanzar el éxito empresarial; la parte más fundamental es lograr expresar por medio de los colaboradores la imagen real que desea proyectar la empresa, para que con esto el público externo se caracterice e interese más con la marca.

La comunicación organizacional, también llamada comunicación empresarial o corporativa, ayuda a configurar los procesos al interior de las empresas y a optimizar y dirigir los mensajes de las organizaciones con sus públicos (Zendesk,2023, pp.1-2).

En cualquier organización, los equipos dependen de mensajes claros y una comunicación direccionada para cumplir con los objetivos trazados y si hay temas de disparidad de género que causan fricción esta comunicación organizacional interna puede ayudar a resolver las diferencias contractuales.

Sin duda alguna la comunicación organizacional es una de las partes más importantes de una empresa, ya que desde acá se engloba el funcionamiento que vaya a tener la misma partiendo de la correcta decisión de decisiones y del enfoque empresarial que se desee tener.

El objetivo de analizar y comprender la comunicación organizacional se concibe a partir de la necesidad de reconocer las prácticas y teorías corporativas, donde se pretendían mejorar las habilidades comunicativas entre los que participaban de los procesos administrativos, económicos y gerenciales, esto generó una conceptualización desde la cultura corporativa. (Martin, 1997, p. 8)

Esto permite orientar las conductas individuales y establecer relaciones interpersonales funcionales que ayuden a trabajar por alcanzar una meta, buscando con esto lograr tanto las metas profesionales de los empleados como las de la corporación. La buena estrategia empresarial se enlaza a tener los medios competitivos correctos.

Un aspecto por tomar en cuenta en el tema de comunicación organizacional es el de métodos competitivos y no competitivos

Las estrategias competitivas que desarrollan las empresas son un factor fundamental para saber la forma en que éstas van a competir en los mercados y de ellas dependerá si se tiene o no éxito en su gestión empresarial. Es de suma importancia que las empresas puedan identificar la estrategia o conjunto de estrategias más eficaces para competir eficientemente. (Castro, 2010, p. 248)

Las empresas en búsqueda de mantener su alto desempeño mantienen estándares de métodos competitivos y no competitivos que les van a beneficiar a lograr tener un alto impacto que les permita permanecer y consolidarse dentro de los mercados que sean necesarios.

Según Naya (2020) “el entorno actual se caracteriza por su alto dinamismo y cambio en el que las organizaciones compiten por lograr alto desempeño y ventaja competitiva sustentable sobre sus rivales, para lograrlo utilizan recursos y capacidades e implementan acciones” (p. 20).

Las organizaciones manejan sus actividades comerciales mediante un ambiente competitivo dinámico, siendo este un entorno que tiene un cambio constantemente donde les crea

oportunidades, pero también amenazas, es por esto por lo que las mismas utilizan sus recursos y capacidades para adaptarse a los cambios que sufre el entorno o enfrentar a sus competidores a la búsqueda de un alto desempeño organizacional.

#### **2.2.4 Clima organizacional**

Hoy el mundo empresarial se ha visto sometido por diferentes cambios inesperados tanto en materia de orden social, político, tecnológico, económico y cultural; donde el talento humano siendo un factor social mantiene un intenso proceso de transformación para lograr adaptarse a las diferentes empresas con un muy variado clima organizacional.

En el sentido que, Rojas, Chirinos y Garcés (2017) indican que para lograr un buen clima organizacional es necesario estimar dentro de la estructura del emprendimiento la gestión de talento humano.

De los mayores retos que una empresa pueda encontrar es el poder alcanzar una sostenibilidad al reunir un equipo de personas con gran disposición para cumplir el propósito primordial de ser efectivos y eficaces, donde muchos llegan con perspectivas e ideologías diferentes donde podrían generar un cambio negativo al clima organizacional.

Sin embargo, un factor muy importante para que las empresas alcancen a ser efectivas y eficaces es aprovechar sus recursos tecnológicos, financieros y humanos, a fin de crear ambientes de trabajo agradable y ventaja competitiva. En efecto, todos estos factores son variables que deben operar en conjunto con el fin de lograr los objetivos organizacionales previamente establecidos. (Édison y Malone, 2000).

Aprovechando los recursos tecnológicos y humanos es que las empresas logran articular redes, grupos e instituciones uniendo esfuerzos para lograr la finalidad de socio educación de los medios. Con esto se avanza en la explicación y entendimiento de los temas en la realidad y se buscan alternativas a las expresiones que se tornan problemáticas en la sociedad.

En temas de clima organizacional es vital tener referencia de una correcta motivación de personal.

Las empresas y quienes investigan la administración suponen que las metas de las organizaciones son inalcanzables si los miembros de la organización no se

comprometen, de hecho, la motivación es una característica de la psicología humana que contribuye para que la persona se comprometa considerando además factores que sustentan la conducta humana siempre con alto grado de compromiso (Stone, Frenan, & Gilbert, 2009).

La motivación del personal dentro de una empresa contempla muchos ámbitos dentro de la misma, donde no se basa solo en el estado de ánimo que el empleado pueda tener, si no en la relevancia de las diversas áreas de la vida, tanto la educativa como la laboral, generando un elemento central que conduce hacia los objetivos personales deseados.

Según (Naranjo Pereira, 2009) La motivación es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, entre ellas la educativa y la laboral, por cuanto orienta las acciones y se conforma así en un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige.

### **2.2.5 Ascenso laboral**

Todos poseen como derecho dentro de una empresa o institución el ascenso laboral, basado en la experiencia, los años de servicio y el conocimiento que se tenga sobre la actividad que se realiza, dando la oportunidad de realizar funciones más de jerarquía o estar a cargo del departamento donde se desarrolló profesionalmente, generando en el empleado una satisfacción laboral beneficiando su desempeño.

Un ascenso laboral es una promoción que eleva de rango a un trabajador, así como sus responsabilidades e importancia para una empresa. Por otro lado, los ascensos generalmente involucran mayores beneficios laborales, un mejor salario o una posición profesional más adecuada a las aspiraciones laborales (Pursell, 2023, p.5).

El ascenso laboral implica responsabilidad, mayor entrega, mayor conciencia al momento que se da, tanto como mayor entrega a la causa de las nuevas funciones que el puesto demande.

En este sentido se puede decir que se da un tipo de discriminación y segregación que posibilita la exclusión de las mujeres de la cumbre de la organización, que también en esas posiciones hace que las trayectorias ocupacionales sean distintas para hombres y mujeres. Se trata de una segregación vertical de género, pues las barreras institucionales y actitudes sociales impiden los ascensos de las mujeres en

las categorías ocupacionales para obtener puestos gerenciales. (Wert, 2001, p.13)

Se otorgará en razón al rendimiento de trabajo, a los estudios realizados, condiciones físicas, pruebas superadas, buena conducta, condiciones psicológicas y antigüedad laboral, siempre y cuando se cumplan los requisitos que establece el reglamento interno de la organización y de acuerdo con las plazas vacantes con la debida disponibilidad.

### **2.3 Marco legal para la igualdad de género**

Acá podemos explorar la situación que experimentan mujeres y hombres en determinados contextos, pues ambos géneros constituyen los principales actores del desarrollo de la humanidad.

El enfoque de igualdad de género en la Educación Superior corresponde esencialmente a la necesidad de alinear los conocimientos con la realidad, aprendizajes y potencialidades para que el profesional garantice su intervención en el ámbito laboral la igualdad de género en su desempeño.

La igualdad de género se define como: la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres u hombres. La igualdad entre mujeres y hombres es visto tanto como una cuestión de derechos humanos y como una condición previa para el indicador del desarrollo sostenible centrado en las personas (ON WOMEN 2016).

Esta igualdad debe verse tutelada por una serie de leyes que a nivel jurídico sostienen el cuerpo jurídico que respalde los derechos de las mujeres en la cotidianidad.

**Tabla #1***Marco Legal sobre leyes y reformas que resguardan a las mujeres*

<b>Ley</b>	<b>Nombre</b>	<b>Explicación</b>
<b>N°9877</b>	Ley contra el Acoso Sexual Callejero	Tiene como objetivo garantizar el igual derecho, a todas las personas, de transitar o permanecer libres de acoso sexual en espacios públicos, en espacios privados de acceso público y en medios de transporte remunerado de personas, ya sean públicos o privados, estableciendo medidas para prevenir y sancionar esta expresión de violencia y discriminación sexual que atentan contra la dignidad y seguridad de las personas.
<b>N°10022</b>	Ley para establecer el Femicidio Ampliado	Reforma a la Ley de Penalización de Violencia contra las Mujeres, ley N°9975, vigente desde el 10 de junio de 2021. Mujeres, para establecer el Femicidio ampliado, Ley N°10022, vigente desde 23 de agosto de 2021.
<b>N°7142</b>	Normativa para la protección de la igualdad salarial entre hombres y mujeres	Las mujeres tendrán derecho a la igualdad salarial con los hombres, tanto en el sector privado como en el sector público, por un trabajo de igual valor, bajo un mismo patrono, ya sea que se trate de un mismo puesto o de puestos diferentes de igual valor, o en funciones similares o razonablemente.
<b>N°9823</b>	Normativa para la reivindicación de la autonomía de la voluntad en el proceso de divorcio.	Adición del inciso 8) al artículo 48 y reforma del artículo 49 de la ley 5476, código de familia, de 21 de diciembre de 1973, ley para la reivindicación de la autonomía a de la voluntad en el proceso de divorcio
<b>N°10029</b>	Reformas a las leyes sobre acoso y hostigamiento sexual en empleo y la docencia y contra la violencia doméstica.	Se basa en los principios constitucionales del respeto por la libertad y la vida humana, el derecho al trabajo y el principio de igualdad ante la ley, los cuales obligan al estado a condenar la discriminación por razón del sexo y a establecer políticas para eliminar la discriminación contra la mujer, según la Convención de las Naciones Unidas.
<b>N°7769</b>	Reforma a la ley 7769	Reforma a la Ley 7769, permitirá al Fideicomiso contar con más mecanismos de apoyo a los proyectos productivos de mujeres. Las

		beneficiarias podrán acceder a otras opciones de financiamiento, como capital semilla, para iniciar su emprendimiento.
<b>N°7586</b>	Ley contra la violencia doméstica	Esta Ley regulará la aplicación de las medidas de protección necesarias para garantizar la vida, integridad y dignidad de las víctimas de la violencia doméstica, cuyo principio rector es el artículo 51 de la Constitución Política.  Las autoridades que intervengan en la aplicación de esta Ley brindarán protección especial a madres, personas menores de edad, personas adultas mayores y personas que presenten alguna condición de discapacidad, considerando las situaciones específicas de cada una.
<b>N°9758</b>	Ley para regular la jornada nocturna de las mujeres trabajadoras	Queda absolutamente prohibido el trabajo nocturno de las personas menores de dieciocho años y el diurno de estas en hosterías, clubes, cantinas, bares y en todos los expendios de bebidas con contenido alcohólico de consumo inmediato.
<b>N°7142</b>	Ley de promoción de la igualdad social de la mujer	Promueve y garantiza la igualdad de derechos entre hombres y mujeres de los campos político, económico, social y cultural, obliga a las instituciones del estado a velar porque la mujer no sufra discriminación alguna por razón de su género.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Cepal, 2020), (INAMU, 2023), (Asamblea Legislativa 2021).

### **2.3.1 Normativa aplicable a medios de comunicación**

Debemos tener en cuenta la ley general de telecomunicaciones, número 8642 del 2008 cuyo objeto es establecer el ámbito y los mecanismos de regulación de las telecomunicaciones, que comprende el uso y la explotación de las redes y la prestación de los servicios de telecomunicaciones.

Están sometidas a la presente ley y a la jurisdicción costarricense, las personas, físicas o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que operen redes o presten servicios de telecomunicaciones que se originen, terminen o transiten por el territorio nacional.

La misión está encomendada a la revisión de los entes de normativas que velan por la inspección de Trabajo y seguridad Social, sistema al que corresponde la vigilancia y exigencia del

cumplimiento de la normativa laboral, buscando que se respeten todos aquellos derechos de igualdad de género de los empleados.

Los medios de comunicación no son plurales en lo relativo a la definición del conflicto social y a la presentación de propuestas de intervención: reproducen las imperfecciones del mercado y, así, dan preferencia a las perspectivas de la criminalidad y de la política criminal de los actores que disponen de mayor poder socioeconómico e institucional. De este modo los más media sustraen otras visiones de la realidad criminal del debate público. (Juan L Fuentes, 2005)

Las normas laborales de derecho positivo tienden a ser eficaces en la medida en que los mecanismos que garantizan que se cumpla de manera satisfactoria su cumplimiento. Cabe resaltar que las normativas aplicables a medios de comunicación deben velar por que exista y se respete la normativa sobre publicidad no sexista

La imagen que proyecta la mujer en los medios de comunicación ha sido objeto de estudio en países europeos, tal y como indica González Galiana (Aguadad & Sánchez-Carrero, 2008), la mejor forma de dominar los estereotipos y si se desea, desterrarlos es estudiarlos y comprenderlos. Y los medios son el lugar idóneo para acometer esta obra.

Los medios se han adaptado a los cambios sociales y han adoptado un papel activo, sobre todo en cuanto a la violencia de género». Esto quiere decir que los medios tienen el poder de educar a la sociedad, y que por lo tanto tienen un papel importante en cuanto a la violencia de género (Tello Díaz, 2011).

### **2.3.2 Procesos de reclutamiento**

Los procesos de reclutamiento se manejan de diferente forma a lo largo de cualquier organización, siendo estos fundamentales para conseguir nuevos talentos en los puestos disponibles, donde estas organizaciones deben invertir parte de sus recursos para incorporar personal idóneo que responda a las responsabilidades de esta.

Sobre el futuro de cualquier organización: “pasa por componer una buena estrategia de captación de personal que se anticipe y prevenga cualquier desajuste que pueda necesitar la empresa ya sea para afrontar retos presentes o futuros” (Equipo Vértice, s.f., p. 1).

En palabras propias el reclutamiento hace alusión a la búsqueda y agrupación de personas interesadas que desean formar parte de un cargo específico; donde se busca seleccionar a la persona más idónea, que cumpla con los requerimientos necesarios para el puesto.

Los procesos de reclutamiento deben regirse, en la sana teoría, por políticas públicas para la promoción de la igualdad de género en el empleo.

Las políticas públicas y de desarrollos normativos respecto al género son el resultado de la adopción de una agenda internacional que fomenta la equidad de género, tal como la importancia de las mujeres para el desarrollo en los países más pobres; conocido también internacionalmente como transversalización de género.

Disminuir las desigualdades entre hombres y mujeres se ha convertido en un objetivo de política tanto para los Estados nación como para las organizaciones internacionales. Estas últimas, junto con los movimientos feministas y de mujeres, han sido de gran importancia en el establecimiento de pautas para abordar el problema (True & Minaron, 2001, Afer-Burton & polaco, 2002, p. 4).

Desde la década de los noventa con las estrategias promovidas por la Unión Europea se inició con fuerza el incorporar los temas de género en la agenda pública de los estados y de las organizaciones internacionales; donde parte de sus objetivos fue aumentar la participación de las mujeres en las esferas de la vida social.

### **2.3.3 Protocolo de contratación**

Para conocer más a profundidad sobre cómo es el manejo de las contrataciones para Trece Noticias, se solicitó el protocolo vigente con cada una de las actividades que el departamento de recursos humanos de SINART realiza, explicando que se toma en cuenta y parte de los procesos que debe seguir el interesado en formar parte de la entidad. El documento tiene el propósito de establecer las disposiciones para lograr el fortalecimiento del capital humano del SINART, mismo que aplica directamente para el medio de comunicación Trece Noticias mediante el reclutamiento, selección y formalización de los nombramientos.

**Figura #1**

*Estructuración de los procesos de reclutamiento*



Fuente: Elaboración propia.

En total el protocolo se divide en 34 actividades que serán explicadas en orden y resumidas para una mayor claridad de cómo se realiza el proceso de selección de los interesados en formar parte de Trece Noticias.

La primera actividad se refiere a solicitar la contratación de personal debido a que existe la aprobación de una nueva plaza previo justificación de la apertura del puesto, por parte del área

de capital humano y el responsable es el área de jefatura.

Para la segunda actividad se indica preparar los términos requeridos para la contratación incluyendo el presupuesto requerido, inventarios de plazas y términos de la contratación, el responsable es el profesional de capital humano.

En la tercera actividad se establece resolver la solicitud que analiza las modificaciones al perfil de puesto en caso de ser necesario, aprobar o rechazar mediante resolución la solicitud para cubrir la plaza, el responsable es el área de dirección general.

Sobre la cuarta actividad se debe revisar y enviar la ficha de perfil de puesto a la jefatura para revisar si se ajusta a lo que se requiere, el responsable es el área de profesional en psicología.

La quinta actividad determina los requisitos para la oferta de trabajo que deben incluirse en el concurso según el manual de puestos que incluye perfil de puesto, perfil académico y experiencia laboral mínima, el responsable es el área de profesional en psicología.

Ante la sexta actividad se requiere divulgar la oferta mediante el cartel de concurso, eligiendo cuáles son los medios óptimos para su divulgación (página web del SINART, plataforma web, radio nacional, Canal 13, correo interno, pizarras informativas). El área encargada es el área de profesional en psicología.

La séptima actividad recibe y revisa atestados, que en caso de existir más de 100 solicitudes se tomarán en cuenta las primeras 10 que se recibieron. Se les da prioridad a personas trabajadoras del SINART, el encargado es del área de psicología.

Para la octava actividad se realiza selección desde el análisis de las hojas de vida recibidas por los candidatos y preseleccionando las que cumplan mayor cantidad de requisitos, continúa perteneciendo al área de profesional en psicología.

En la novena actividad se debe presentar ante la jefatura la primera selección de concursantes.

La décima actividad se dirige a solicitar atestados y convocar a entrevistas.

Para la undécima actividad se aplica evaluación psico-laboral.

En la duodécima actividad se verifican las referencias laborales que fueron presentadas por el interesado.

En la actividad decimoquinta se busca diseñar los instrumentos que se aplicarán en las entrevistas teórico-prácticas, orales y escritas.

La decimocuarta actividad se refiere a la aplicación de las pruebas teórico-prácticas y

evaluación de los candidatos, por la persona coordinadora de área.

Sobre la decimoquinta actividad se indica la selección de un grupo de personas candidatas que tengan un perfil más ajustado al solicitado, encargado de esta tarea es el profesional en psicología.

Para decimosexta actividad se dedica a presentar la nómina a la jefatura pertinente, se encarga de esta tarea el profesional en psicología.

La decimoséptima actividad trata de comunicar la elección del candidato mediante la jefatura de capital humano profesional de psicología.

En la decimoctava actividad se resguarda la solicitud de examen médico para la persona seleccionada y se encarga de esta tarea el profesional en psicología.

La decimonovena actividad aprueba la selección final del concursante por parte de la dirección general.

Ya para la vigésima actividad se establece la elaboración del contrato y la acción de personal por parte del profesional en psicología encargado de documentación y trámites.

La vigésimo primera actividad constata la convocatoria para firmar contrato y se informa de la fecha y hora de inicio de labores, se encarga de esta actividad el profesional en psicología.

La vigésimo segunda actividad se refiere a la apertura del expediente físico del trabajador se encarga de esta actividad el profesional en psicología.

La vigésimo tercera actividad establece la evaluación en tiempo de prueba analizando los criterios indicados por la jefatura pertinente, esto es realizado por el director de área.

La vigésimo cuarta actividad indica el análisis de resultados de la evaluación de tiempo de prueba indicados por la jefatura para determinar las acciones y medidas necesarias, esta actividad es realizada por profesional en psicología.

La vigésimo quinta actividad se trata de recibir las solicitudes de práctica de partes de colegios profesionales para realizar pasantías. Se encarga de este proceso el profesional en psicología

Para la vigésimo sexta actividad se compila información recibida de los colegios profesionales para verificar si se pueden llevar a cabo. Se encarga de este proceso el profesional en psicología

En la vigésimo séptima actividad se encarga de solicitar a la jefatura la cantidad estudiantes que pueden realizar prácticas y las especialidades requeridas. Se encarga de este proceso el

profesional en psicología

La vigésimo octava actividad contiene el proceso de contactar con los colegios profesionales para indicar la cantidad de plazas y las especialidades requeridas. Se encarga de este proceso el profesional en psicología

La vigésimo novena actividad verifica la información mediante los documentos solicitados a los colegios profesionales.

La trigésima actividad aprueba el ingreso de estudiantes para realizar las prácticas profesionales y pasantías. Encargado de actividad: jefatura y dirección general.

La trigésimo primera actividad crea la acción de personal para el estudiante que debe estar firmada por el director general y la jefatura de capital humano. Se encarga de este proceso el profesional en psicología

La trigésimo segunda actividad establece la comunicación a las direcciones generales de documentos asignados. Se encarga de este proceso el profesional en psicología

La trigésima tercera actividad indica el control que se debe ejecutar para que el cumplimiento de las tareas asignadas se realice de manera efectiva. De suceder alguna incidencia se debe reportar de forma inmediata al profesional de capital humano. La encargada de este proceso es la jefatura.

Y la última actividad la trigésima cuarta tiene como función realizar reuniones de evaluación final con los directores de los colegios o universidades concluidas las prácticas profesionales. El encargado es el profesional en psicología.

**Tabla #2**

*Ampliación de conceptos del protocolo de contratación*

<b>Recursos Humanos</b>	El departamento de recursos humanos es parte fundamental para las organizaciones de una empresa, siendo en las últimas décadas se ha convertido en uno de los factores fundamentales sobre las políticas empresariales, llegando a tener un impacto no solo a lo interno de la
-------------------------	--

	empresa, sino que trasciende al ámbito social
<b>Entrevistas</b>	Las entrevistas de trabajo son sin duda alguna un potencial momento para conocer a la persona y que describa las capacidades que posee para el puesto que está aplicando, sin embargo, con los años hay sujetos que no saben cómo desenvolverse o expresarse delante del encargado de recursos humanos, haciéndolos perder la oportunidad de optar por el puesto laboral
<b>Preselección</b>	La competitividad de las organizaciones es la administración de su talento humano, donde se ven obligados a realizar cambios de personal, cuando la empresa busca mejorar el desempeño laboral de sus trabajadores, no es una tarea fácil, requiere tener en cuenta varios aspectos ya que del personal seleccionado dependerá el logro de los objetivos de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

### **Capítulo III. Marco Metodológico**

Con el fin de poder realizar un adecuado proceso de investigación es necesario definir conceptos sobre los cuales se estructura el trabajo académico, por eso es necesario apoyarse en el marco metodológico.

La formulación del marco metodológico en una investigación es permitir, descubrir los supuestos del estudio para reconstruir datos, a partir de conceptos teóricos habitualmente operacionalizados. Significa detallar cada aspecto seleccionado para desarrollar dentro del proyecto de investigación que deben ser justificados por el investigador. Respaldado por el criterio de expertos en la temática, sirviendo para responder al “cómo” de la investigación. (Azuero, 2018, p. 110)

El marco metodológico permite establecer el cómo se va a desarrollar el proceso de investigación para lograr recolectar los datos y sistematizarlos para obtener la información necesaria para desarrollar el análisis respectivo del tema: “Análisis de la paridad de género en las contrataciones de Trece Noticias en personas de 25 a 65 años en San José para el primer cuatrimestre del 2023”.

#### **3.1. Paradigma de la investigación**

Un paradigma es: “una construcción teórica compuesta por un conjunto de postulados, principios, normas y procedimientos sobre cómo observar, relacionar y explicar lo que se ve y también una forma de entender el camino posible para conocer” (Ruiz, 2009, p. 16).

Se ve estipulada la necesidad de tener un cuerpo teórico que sustente la intervención profesional en el proceso investigativo que oriente sobre cómo se presenta la realidad social.

Como el presente diagnóstico parte de un enfoque cualitativo se partirá de un paradigma naturalista, según Ruiz, 2009: “El acercamiento al conocimiento con enfoque cualitativo es otra perspectiva para abordar la realidad que tiene como sustento el paradigma naturalista” (p. 20).

Según lo anterior, se puede determinar que, para la realización del presente trabajo académico, se va a enfocar en el paradigma naturalista o fenomenológico, ya que este paradigma toma en cuenta la percepción de las personas en determinantes centrales del tema de investigación; las personas que sufren de disparidad de género en el ámbito laboral y su acceso a la figura de la

igualdad de condiciones, aceptando así la subjetividad de estas e incorporándolas en las investigaciones diagnósticas, también orientando a una observación de la realidad.

Sobre este tipo de paradigma, según Santos (2010) establece que,

En él no se pretende hacer generalizaciones a partir del objeto estudiado. Dirige su atención a aquellos aspectos no observables, no medibles, ni susceptibles de cuantificación (creencias, intenciones, motivaciones, interpretaciones, significados para los actores sociales), interpreta y evalúa la realidad, no la mide. Los hechos se interpretan partiendo de los deseos, intereses, motivos, expectativas, concepción del mundo, sistema ideológico del observador, no se puede interpretar de manera neutral, separando al observador del factor subjetivo, de lo espiritual. (pp. 5-6)

Debido a que este paradigma considera que la realidad es relativa, es decir depende de cómo cada persona la viva o la perciba dependiendo de su contexto de convivencia y socialización. Esto es importante a la hora de identificar y obtener datos relevantes en relación con los conflictos sociales que se presentan en la sociedad.

### **3.2 Tipo de investigación**

Es de suma importancia elegir el tipo de investigación que dará pie al cómo se dirigirá la recolecta de información y que, según el tema planteado sobre la descripción y análisis de la disparidad de género, permita, describir la problemática social y el debate en derredor, tal como se presenta en la realidad país.

Sobre la investigación descriptiva, Rojas (2015) refiere que,

Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa y se registra, o se pregunta y se registra. Describe el fenómeno sin introducir modificaciones: tal cual. Las preguntas de rigor son: ¿Qué es?, ¿Cómo es?, ¿Dónde está?, ¿Cuándo ocurre?, ¿Cuántos individuos o casos se observan?, ¿Cuáles se observan? (p. 7).

Además, este tipo de investigación permite generar criterios, donde se puedan explicar y describir los determinantes sobre el tema central de la investigación.

Sobre este tipo de investigaciones, Jiménez (1998), declara que,

Que se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad, pero

aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales. El problema muchas veces es de naturaleza práctica, y su solución transita por el conocimiento de las causas, pero las hipótesis causales sólo pueden partir de la descripción completa y profunda del problema en cuestión (...) La investigación descriptiva está siempre en la base de la explicativa. No puede formularse una hipótesis causal si no se ha descrito profundamente el problema. (pp. 12-13)

La investigación descriptiva permite realizar un acercamiento con fines académicos al fenómeno social, permitiendo recolectar información y también establecer hipótesis para poder describir y explicar la realidad de este fenómeno social. Logrando permitir esclarecer las relaciones que se dan entre los diferentes sectores de la sociedad sobre el tema de investigación, por lo tanto, el tema podrá explicarse ontológicamente gracias a las causalidades determinadas desde la investigación descriptiva.

### **3.3 Enfoque de investigación**

Se detalla el enfoque mixto, ya que este estudia la realidad en el contexto en donde sucede y que además de solo interpretar los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas, los cuantifica.

La investigación múltiple, investigación integrativa, investigación mixta son algunos de los nombres que ha recibido este tipo de investigación, que ha generado diferentes discusiones y controversias a lo largo de los años. El enfoque mixto puede ser comprendido como “(...) un proceso que recolecta analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio” (Tashakkori y Teddlie, 2003, citado en Barrantes, 2014, p.100).

Se elige en enfoque mixto ya que la investigación pretende analizar e interiorizar las realidades sociales en donde existe el deseo de poder llevar a cabo el proceso de paridad de género, pero entendiéndolo desde números reales.

Blasco y Pérez (2007) al referirse a la metodología: “El investigador se propone utilizar para llevar a cabo su investigación debe estar, no solo en función del problema o cuestión de

investigador, sino también de los conocimientos que este disponga acerca de los métodos de investigación (p.6).

Este enfoque permite conocer y poder representar la realidad, así como conocer a profundidad la base de la problemática que presenta la población.

Lo anteriormente mencionado, refiere a cómo se percibe y se comprende la realidad con respecto a la disparidad de género y su aceptación como un problema en la sociedad, así como limitaciones que enfrentan en el proceso.

Además, este enfoque permite analizar el cómo se anidan las creencias en un pensar colectivo y se configura en una forma de ver el mundo y entender la realidad que viven los diferentes tipos de géneros de nuestro país.

### **3.4 Delimitación de la investigación**

Según señala Chavero (2017): “Señala la extensión de tiempo que cubre el estudio, sea de meses o incluso años, de manera constante u observando intervalos de tiempo” (p.190). Por lo tanto, es importante definir con claridad el tiempo en el que se va a desarrollar la investigación, para darle un tinte de actualidad, que sea ante la opinión académica un tema al contexto actual de la realidad social y cultural.

Sobre la delimitación espacial menciona Chavero (2017): “se detalla el lugar, ya se trate de una investigación global, regional, nacional o local, incluso circunscrita a espacios institucionales” (p.190).

Es enriquecedor para una investigación científica establecer la delimitación geográfica, ya que es inherente analizar el contexto político, social y cultural del lugar donde se suscita la investigación. Por lo que la misma se estará realizando en San José, Costa Rica.

### 3.5 Población de estudio

Según se refieren Arias, Vallases, Miranda (2016) “La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados” (p. 202).

Ante lo expuesto anteriormente por los y la autora, es necesario establecer la selección de las personas participantes de una investigación, para que este elemento responda de una manera oportuna, eficiente y eficaz a los fines de la investigación.

Es por lo anterior, que la población sujeta de estudio se establece a continuación la cantidad de personas seleccionadas:

**Tabla #3**

*Criterios de selección*

<b>Número</b>	<b>Criterios de selección</b>
<b>1. Edad</b>	<b>Personas jóvenes de 25 a 65 años</b>
<b>2. Institución</b>	<b>Medio de comunicación SINART</b>
<b>3. Ocupación</b>	<b>Periodistas, camarógrafos y editores</b>
<b>4. Sexo</b>	<b>Hombres y mujeres</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.6 Fuentes de información

En este apartado se comentarán las fuentes de información, que a partir de las cuales se podría manejar datos de estas. Para sistematizar los recursos aquí incluidos se han establecido una serie de categorías, en función de la información que ofrecen para lograr sustentar las investigaciones.

Sobre las fuentes de información según Guallar (2009), “El criterio fundamental que se ha utilizado para establecer la tipología de productos ha sido la función principal que realizan para el usuario cada una de las fuentes de información de prensa. Esto nos ha llevado a establecer cuatro grandes ámbitos: acceso a cabeceras de prensa, búsqueda de información, seguimiento de información y agregación de contenidos” (p. 3).

Las fuentes de información en el ámbito de la comunicación son la base de cualquier tema, sin ellas no se podría profundizar, ni tener una integración o adentrarse en la investigación que se desea llegar, son vitales para lograr conocer la idea central de un apartado en sí, es por esto que se dividen en primarias y secundarias, donde las primarias son quienes sustentan el proceso y las secundarias podrían ser creadas por alguien que no participó en la investigación.

### **3.6.1 Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias son los documentos originales que sustentan el proceso de la investigación y se visualiza el punto de vista del observador, desde el uso de libros, artículos, periódicos y revistas, páginas web y redes sociales que incluyan información relevante durante el proceso de investigación. El uso de redes sociales en este trabajo también servirá de apoyo para entender cómo los seguidores de cada plataforma prefieren consumir las noticias.

Sobre las fuentes de información primarias, según Torres (2011)

Por el tipo de información que contienen, las fuentes documentales pueden clasificarse en: documentos primarios, aquellos que se producen como primera consecuencia de un estudio o de una investigación, tales como libros, tesis, reportes técnicos, reportes de investigación, artículos de revistas científicas (p.146).

Ante lo expuesto anteriormente, se tendrá acceso al protocolo de contratación del medio de comunicación para conocer los diferentes puntos importantes por los cuales se decide contratar a una persona o darle de baja ante un posible interés de formar parte de la entidad.

Se requerirá, como una de las fuentes principales de información, el realizar entrevistas con preguntas específicas a los representantes del medio trece noticias.

El estudio requerirá de la aplicación de entrevistas personalizadas a una muestra para obtener los datos característicos de estas poblaciones.

### 3.6.2 Fuentes secundarias

Se consideran aquellas fuentes secundarias que son creadas por medio de la información obtenida y que vienen de la mano de las primarias, mismas que fueron investigadas con hechos para llegar a ser utilizadas en las fuentes secundarias sin tener participación en la recolección de datos informativos.

Sobre las fuentes de información secundarias, según Torres (2011): “Documentos secundarios, aquellos que describen, sistematizan y resumen la información contenida en los documentos primarios, entre ellos están las bases de datos referenciales especializadas o multidisciplinarias, los catálogos de bibliotecas, los catálogos de libros en venta” (p. 146).

Podemos decir, basado en lo mencionado por Torres que una fuente es un documento creado por una persona que no participó directamente en el proceso de la investigación laboral.

**Tabla #4**

Conceptos complementarios del marco teórico

Marco metodológico.	Permitir, descubrir los supuestos del estudio para reconstruir datos, a partir de conceptos teóricos habitualmente operacionalizados.
Paradigma.	Una construcción teórica compuesta por un conjunto de postulados, principios, normas y procedimientos sobre cómo observar, relacionar y explicar.
Paradigma naturalista.	acercamiento al conocimiento con enfoque cualitativo.
Investigación descriptiva.	Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado.
Enfoque cualitativo.	Estudia la realidad en el contexto en donde sucede además interpretando

	fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.
Delimitación temporal.	Enero-abril del 2023.
Delimitación espacial.	San José, Costa Rica
Población de estudio.	Doce (18) Personas.
Fuentes de información.	Primarias. Secundarias.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.7 Muestreo Probabilístico

Se va a utilizar el muestreo probabilístico ya que se puede medir la magnitud del error en nuestras predicciones, esto ayudará a que se puedan brindar datos más exactos y verificables.

En las muestras probabilísticas todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra, y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo (Hernández, 2018, p. 239).

Es importante enfatizar que la investigación cualitativa busca un mayor análisis de los datos. Por lo tanto, la información recopilada debe generarse dentro de un lapso y tratamiento adecuado, para lo cual, un muestreo con muchas personas no sería funcional e incluso se podría considerar como inmanejable.

Se elegirán personas de entre 25 y 65 años, que han logrado tener varias experiencias laborales y conocer cómo ha sido ese proceso y si ha encontrado diferencias entre medios.

**Tabla #5***Criterios de Inclusión*

<b>Número</b>	<b>Criterios de selección</b>
<b>1.Población</b>	<b>Personas del medio Trece Noticias, están en el rango de edad de 25 a 65 años</b>
<b>2.Sexo</b>	<b>Mujeres y hombres</b>
<b>3. Ocupación</b>	<b>Periodistas, editores, camarógrafos</b>
<b>4. Institución</b>	<b>Periodistas que trabajan en Trece Noticias</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla #6***Criterios de Exclusión*

<b>Número</b>	<b>Criterios de selección</b>
<b>1. Población</b>	<b>Personas del medio Trece Noticias que no están en el rango de edad de 25 a 65 años</b>
<b>2. Sexo</b>	<b>No binario</b>
<b>3. Ocupación</b>	<b>Personas que ocupen otra profesión</b>
<b>4. Institución</b>	<b>Periodistas que no trabajen en Trece Noticias</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla #7**

Unidad de análisis

<b>Objetivo específico</b>	<b>Unidad de análisis</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Instrumental</b>
Identificar posibles vacíos y debilidades en las políticas y protocolos de contratación existentes en Trece Noticias.	Políticas y protocolos de contratación.	Vacíos y debilidades	La paridad no significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron” (UNESCO 2016).	Estudio de caso y entrevista
Detallar las barreras en los procesos de reclutamiento y ascenso laboral en el medio Trece Noticias.	Procesos de reclutamiento y ascenso laboral.	Las barreras en los procesos de reclutamiento y ascenso laboral.	La brecha salarial de género es el porcentaje resultante de dividir dos cantidades: la diferencia entre el	Estudio de caso y entrevistas

			<p>salario de los hombres y las mujeres, dividida entre el salario de los hombres.</p> <p>(ONU 2018)</p>	
<p>Establecer la percepción de los colaboradores de Trece Noticias con respecto a la política de paridad de género dentro del medio.</p>	<p>Trece Noticias.</p>	<p>Las políticas de paridad de género</p>	<p>“A pesar de la creación de esta Declaración y de los esfuerzos realizados por las luchas feministas, todavía continúan existiendo desigualdades laborales entre hombres y mujeres tanto en la esfera pública como en la</p>	<p>Encuesta</p>

			privada” (Montes 2014).	
Revisar si existió un ajuste en cuanto a la paridad de género en las contrataciones durante el primer cuatrimestre de 2023	Las contrataciones durante el primer cuatrimestre de 2023	ajuste en cuanto a la paridad de género en las contrataciones	Para calificar para un ascenso en una empresa, es necesario reunir una serie de elementos profesionales y personales que demuestran tu nivel de capacitación. (Ondeé 2015)	Estudio de caso y entrevista.

Fuente: Elaboración propia.

### **3.8 Instrumentos de investigación**

Los instrumentos de investigación que son adecuados para esta investigación son la entrevista, encuesta y el estudio de casos, con estos se busca dar el complemento idóneo y exacto que logre respaldar la información de los objetivos específicos.

La estructura de estos instrumentos será de observación estructurada y semiestructurada, donde se realizarán preguntas mixtas, generando con ellas mismas una elección única tocando la parte de preguntas cerradas y de igual forma preguntas abiertas para conocer más a fondo sobre la paridad de género que se vive en el medio Trece Noticias.

#### **3.8.1 Encuesta**

La encuesta es la herramienta implementada para la obtención de datos fue de manera digital, la cual tiene contemplado el hecho de que debe ser desarrollada en un lenguaje sencillo y entendible para la generalidad, con el objetivo de disminuir la probabilidad de caer en errores estadísticos como el de medición.

Así mismo, esta pretende ser lo más sencilla posible, pero a la vez que logre captar los datos de interés para la investigación, con el fin de no solicitar datos sensibles al entrevistado al solicitar números, montos de dinero que vayan a comprometer a los involucrados. Este a su vez se realizará por medio de la herramienta *Google Forms*. La estructura de la encuesta ayuda a generar preguntas que se pueden catalogar por medio de una escala donde se les da un margen entre lo mínimo que podría ser nulo o lo máximo siendo excelente, cerradas donde el margen se reduce a un sí o no y semiabiertas, donde el encuestado pueda llenar según su valoración.

Según lo referido por Cortés e Iglesias (2004)

Es un instrumento fundamental en las investigaciones sociales, pues a través de ella se puede recoger información de muy diversos ámbitos relacionados con un problema que se investiga, la persona entrevistada, su familia, y el ambiente en que se halla inmersa (p. 37).

Para el cálculo de dicha muestra se utilizó un programa estadístico en línea llamado IDEA, con el cual inicialmente se generará una muestra simple al azar del total de empleados, obteniendo una cantidad de 18 para una población de 20 personas, utilizando un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%. Posteriormente se calculó el coeficiente, que consiste en dividir el

monto de la muestra entre el total de la población, el cual es de 0.9, este monto se multiplicó por el total poblacional con el que cuenta cada categoría, obteniendo la siguiente muestra, la cual es un total de 18, el aumento de 1 cifra se da como consecuencia del redondeo.

Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente (Hernández, et al., 2018, p. 326).

La encuesta consiste en conseguir información de diferentes personas por medio de preguntas que pueden ser concretas y que abarcan temas personales o de profundidad en algún tema.

Alelú et al., (2015) al referirse a los estudios de encuesta indican que “es un instrumento de investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (p. 3).

### **3.8.2 Entrevista**

La importancia de la entrevista es que permite tener un acercamiento a la realidad social y cultural dado que las personas sujetas de investigación interaccionan y generan respuestas más amplias, dando así mucha más información que solventará la investigación; por lo que las consultas deben ser abiertas, buscando que el entrevistado abarque toda la incógnita.

Sobre el tipo de entrevista semiestructurada, Morga (2012):” En esta modalidad, si bien el entrevistador lleva un guion de preguntas básicas, tiene la libertad de cuestionar al entrevistado sobre aquellos temas que le interesen” (p. 15).

Por lo que se facilita la obtención de información precisa y clara, esto con el fin de realizar un proceso investigativo, teniendo como finalidad detectar las especificidades del tema investigativo.

Sobre la entrevista semiestructurada Díaz, Corruco, Martínez, Varela (2013), explican que, Presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al

interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos (p.163).

Esta técnica se valida dentro del proceso investigativo por la pertinencia que suscita ya que el momento de recolectar información personal de manera directa es un momento clave y decisivo en el proceso. Por lo que se debe tener claridad sobre lo que se va a preguntar y realizar el proceso de una manera puntual y concreta para que la información se refleje de forma transparente.

### **3.8.3 Estudio de casos**

El estudio de casos es aquel que busca mediante una metodología obtener un conocimiento concreto y profundo sobre un tema específico que pueda llegar a fortalecer la investigación que se esté realizando en este caso será el protocolo de contratación.

Según lo que indican los autores: Gómez, Navas, Aponte, Betancourt (2014): “El trabajo de revisión bibliográfica constituye una etapa fundamental de todo proyecto de investigación y debe garantizar la obtención de la información más relevante en el campo de estudio, de un universo de documentos que puede ser muy extenso” (p. 158).

Por lo tanto, es indispensable que de donde se obtenga la información tenga un sustento científico, para que sea válida la recolección de datos. De esta manera, se resguarda que la búsqueda de información parte de un proceso objetivo.

Para ello se solicitó el protocolo de contratación que consta de 35 actividades que determinarán para escoger a la persona que ocupará el puesto en concurso.

### **3.8.4 Procedimiento de recolección de información**

Los datos se van a recolectar por medio de la información que sea brindada por SINART, así como los empleados cuando realicen la encuesta y se espera realizar al comienzo de la investigación para con esto tener datos más propios de la empresa y generar datos reales para ser presentados.

Se va a aplicar por medio de la plataforma IDEA misma que va suministrar los datos que brindan los empleados de Trece Noticias al momento que realicen la encuesta, así poder recolectar la información mediante las preguntas cerradas y abiertas que se les va a presentar mediante la plataforma.

Para la presente investigación, se seguirá un grupo de pasos para recolectar datos fundamentales en el desarrollo de la investigación y cumplir con los objetivos de la investigación a través del siguiente proceso.

Según los y las autoras Alzas, Casa, Luengo, Torres, Verismo (2016) indican sobre la triangulación de datos que: “La triangulación de datos es la más utilizada en la investigación social y su aplicación requiere de la obtención de información sobre objeto de investigación, mediante diversas fuentes que permitan contrastar los datos recogidos” (p. 641).

Esta técnica permite que se pueda plasmar un análisis de la información obtenida, enlazando los datos del proceso de investigación con el objeto y el sujeto de esta. Cada una de las partes del desarrollo de investigación otorga una validez al proceso por lo que debe triangular los datos de las diversas fuentes para que la información se presente de manera articulada y denote en un análisis integral y profundo de conocimiento.

- Fase 1: Estudio de casos

Se analizará el contenido facilitado por medio del departamento de recursos humanos en sobre el tema del protocolo de contratación de SINART que es aplicable en Trece Noticias.

Se tomará en cuenta las variables más importantes, las cuales son: cantidad de hombres y mujeres que laboran actualmente en Trece Noticias, también se analizarán las contrataciones en ambos géneros en el período de estudio (Enero), además la cantidad de ascensos laborales según género, las debilidades o vacíos detectados en el protocolo de contratación, fortalezas detectadas en el protocolo y realizar una comparación entre la cantidad de hombres y mujeres en el área de noticias con la cantidad que cubre deportes.

- Fase 2: Entrevista a profesionales

Se realizarán entrevistas a personal del medio mencionado anteriormente, así como a personas que trabajen para el medio descrito. Esto con el fin de definir las características para lograr el fin de la investigación. En total se harán 10 preguntas a las personas que mantienen altos mandos ligados al noticiero como lo son: la directora, el jefe de recursos humanos, la asesora legal y el productor de noticias.

La entrevista se realizará de manera presencial o en línea con el fin de tener la respuesta más clara y directa del entrevistado.

Estas entrevistas responden a tres objetivos, los cuales son; conocer los vacíos y debilidades que pueda tener el protocolo de contratación de SINART, identificar los obstáculos que existan para lograr tener un ascenso laboral, así como en sus procesos de reclutamiento y al objetivo de dar a conocer si durante el tiempo de estudio hubo un ajuste de paridad de género en las contrataciones.

**Tabla #8**

*Entrevistados*

<b>Nombre</b>	<b>Puesto</b>
Eysel Chacón Cordero	Directora de Trece Noticias
Francisco Castro Sánchez	Jefe de recursos humanos
Mariana Fernández Sequeira	Asesora legal
José Carlos Chaves Zamora	Productor de Trece Noticias

Fuente: Elaboración propia.

Las preguntas que se le harán a la directora y productor de Trece Noticias son:

- ¿Cuenta SINART con políticas de paridad de género?
- ¿Qué debilidades tiene SINART en cuanto a paridad de género?
- ¿Qué falta por mejorar en cuanto a paridad de género?
- ¿Cómo la paridad de género puede potencializar a la redacción internamente y su imagen externa?
- ¿Se aplica la ley 7142 dentro del medio Trece Noticias?
- ¿Cuál es el protocolo que existe para el ascenso laboral en Trece Noticias
- ¿Considera usted que dentro del medio Trece Noticias hay paridad de género?
- ¿Cree usted que la paridad de género es una limitante dentro del periodismo?

Para la asesora legal se tomarán en cuenta preguntas más en el ámbito de su profesión, siendo las siguientes:

- ¿Cuenta SINART con políticas de paridad de género?
- ¿Se aplica la ley 7142 dentro del medio Trece Noticias?

- ¿En la parte legal, hay algún protocolo que pida cumplir con la paridad de género?, si lo hay, ¿cuál sería?
- ¿Cómo garantiza el área legal que se cumpla la paridad de género dentro de SINART?

Mientras que para el jefe de recursos humanos se harán preguntas en su campo de contratación del personal.

- ¿Cuenta SINART con políticas de paridad de género?
- ¿Qué debilidades tiene SINART en cuanto a paridad de género?
- ¿Qué falta por mejorar en cuanto a paridad de género?
- ¿Podría explicar acerca del proceso de reclutamiento?
- ¿Cuál es el protocolo de ascenso que existe en Trece Noticias?

- Fase 3: Encuestas

Se aplicará una encuesta a personas que trabajan en el medio de comunicación Trece Noticias, para concretar la realidad de la paridad de género en el medio. Para la misma se tomará en cuenta a los periodistas, editores y camarógrafos.

La metodología propuesta facilita el análisis de los problemas establecidos en los capítulos anteriores. Esta investigación está planteada para realizarse de manera progresiva, y el marco metodológico contiene las bases teóricas para realizar un correcto procesamiento de datos.

En la encuesta se desarrolló tres preguntas personales, tres de perspectiva, una en escala de Likert y una abierta para conocer con más amplitud el conocimiento de los encuestados, las preguntas responden al objetivo de “Establecer la percepción de los colaboradores de Trece Noticias con respecto a las políticas de paridad de género dentro del medio”.

## Capítulo IV. Análisis de Resultados

### 4.1 Análisis de estudio de casos

Luego de la investigación realizada al documento de contratación de SINART, mismo que rige de igual forma para Trece Noticias, se logra determinar cuáles son sus mayores debilidades o vacíos que genera el descontento de las personas externas que aplican a puestos dentro de la organización, así como de los mismos que ya la integran y desean un ascenso laboral, además de conocer también cuáles son las fortalezas que este protocolo contiene, en beneficio de los oferentes y los internos del canal.

Debilidades o vacíos:

- Cantidad de requisitos
- Estar colegiado en su respectivo colegio profesional
- Procesos largos de contratación
- Los ascensos quedan en manos de las jefaturas
- Para un ascenso se observa más los méritos personales que los profesionales
- No hay una selección por tema de género
- No existe una cláusula que regule la cantidad de hombres y mujeres por puestos

Fortalezas:

- Consta de pruebas teórico-prácticas para determinar la efectividad que tendrá en relación con el puesto
- Chequeo médico, con el fin de que el contratado tenga óptimas condiciones de salud
- Recibimientos de solicitudes para prácticas profesionales

Actualmente la cantidad de hombres y mujeres que laboran en el Trece Noticias son dispares, se encontró áreas donde solo hay hombres trabajando. Para el área de redacción hay ocho mujeres y cuatro hombres, mientras que, en el departamento de edición y camarógrafos, son sólo hombres los cuales se dividen en cuatro por cada grupo.

Por lo que se logra denotar que en cuanto a los protocolos existentes y al no haber alguno que regule esta paridad, ocasiona que muchos de los puestos de trabajo se le sean otorgados a un mismo género.

También la gran cantidad de requisitos que posee este protocolo de contratación genera que la cuota de profesionales que abarquen las áreas de periodismo, cámaras y edición, sean muy reducidos, esto se ve a lo interno donde el medio de comunicación está conformado por 20 personas en total, divididos entre 12 periodistas, cuatro editores y cuatro camarógrafos, causando esto mayor desgaste físico de los colaboradores para cumplir con la cantidad de trabajo que se les asigna, al ser el protocolo tan complejo hace que los oferentes no cumplan con los requisitos y por ende no se logren concretar más contrataciones.

Si es medido por la cantidad de ediciones de noticias que tiene Trece Noticias se visualiza que en total son cuatro , una a las 6:30 de la mañana que es presentada por la jefa de información (mujer), a las 12 medio día la edición meridiana presentada por la directora del medio de comunicación (mujer), a las 6:00 de la tarde también la imparte la directora del medio y a las 7:00 de la noche un resumen de noticias internacionales que es presentada por medio de la jefa de información (mujer), dejándonos en claro que no solo en los departamentos se da esta disparidad de género, sino también se observa en sus noticieros.

Esto también se visualiza en el tema del reclutamiento, ya que durante el tiempo de estudio que fue en enero las contrataciones realizadas fueron dos, siendo estas ambas para el género masculino, una se da en la redacción y otra en el departamento de edición, las mismas suplantaron al mismo género que abandonó el puesto.

#### **4.2 Análisis de entrevistas a expertos**

En el desarrollo de la investigación se realizaron entrevistas a expertos en el área de contratación como lo fue su encargado del departamento de Recursos Humanos y la asesora legal del medio, con el único objetivo de conocer más a fondo el proceso de contrataciones y la aplicación de leyes de paridad de género en Trece Noticias.

También se buscó conocer las posiciones de personas que están más a lo interno de la redacción de Trece Noticias y con un puesto jerárquico mayor; por lo que se entrevistó a la directora y productor.

Se desea dar a conocer cómo ven ellos desde lo interno la paridad de género y compararlo con lo que piensan las demás personas que conforman el departamento por medio de la encuesta que se había realizado, queriendo conocer que tan divididos están los pensamientos de ambas partes en estos temas.

En esta investigación surgen dudas sobre si realmente existen políticas que regulen la paridad. Trece Noticias al pertenecer al SINART no posee un departamento aparte, si no que sus protocolos y prácticas son iguales ante cualquier otro departamento, por lo que se desarrolló la pregunta:

¿Cuenta SINART con políticas de paridad de género?

Para Eysel Chacón Cordero, directora de Trece Noticias no existe ni ha sido parte de alguna reunión con altas jefaturas sobre este tema.

No, por lo menos que yo conozca no; tampoco he participado en ninguna comisión o alguna reunión en la que se haya tocado ese tema.

Mariana Fernández, asesora legal de SINART, indica que se cuenta con procedimientos que garanticen que se respete la paridad de género por medio de procedimientos estandarizados sobre reclutamiento, regímenes salariales y reglamentación interna.

El SINART no cuenta con políticas para lograr la paridad de género, sino que cuenta con diferentes herramientas y normativas internas que responde a la diferentes leyes que buscan la equidad de género tales como: Procedimientos estandarizados de reclutamiento y selección, donde se prohíbe la discriminación por el género, régimen salarial que responde al puesto, es estándar y sin diferenciación, comisión permanente de investigación de denuncias de acoso y hostigamiento sexual, reglamentación interna que sanciona el acoso y hostigamiento sexual.

Francisco Castro Sánchez, jefe de recursos humanos manifiesta que no existe ninguna política en cuanto a paridad de género, pero que de igual manera no se discrimina a nadie.

No, no contamos con ninguna política, al ser un solo protocolo para todo SINART hace que sea más complejo el generar un apartado, sin embargo, no se discrimina a nadie hoy en día me parece que tenemos una cantidad muy parecida de mujeres y hombres laborando.

También con el fin de conocer si hay algún procedimiento o barrera que limite el ascenso laboral dentro del medio se realizó la consulta sobre:

¿Cuál es el protocolo que existe para el ascenso laboral en Trece Noticias?

Eysel Chacón Cordero, directora del medio manifestó que no existe, que se hace directamente por una serie de cualidades que pueda presentar la persona, sin importar el género que la misma persona tenga, además que actualmente cuentan con dos jefes de información, una mujer y un hombre.

Es básicamente por mérito, por desempeño, por capacidad y también por actitud, es independiente si sea, hombre o mujer, por ejemplo, a partir del 1 de mayo que empezamos a implementar los cambios en los horarios y las nuevas ediciones de los noticieros, tuve la colaboración y/o participación de Melisa, como jefa de información en la edición estelar y de las 13 del 13, también de Kenneth como jefe de información en la edición mediana y en la de internacionales; ahí estamos uno a uno verdad. En el caso de lo que son las direcciones antes de que a mí me ascendieran que fue hace 1 año exactamente, el director era un hombre y antes de él había una mujer directora.

Para José Chaves, productor del noticiero no existe un protocolo en sí, si no que se hace por medio del conocimiento o experiencia que tenga esa persona sobre el puesto que vaya a cubrir.

No, no hay, se puede decir que depende de la visión y cómo tratar los temas diferentes de manera cada género, o sea acá, pero no es lo mismo poner a una mujer hablar sobre lactancia que a un hombre del mismo tema.

Según Francisco Castro Sánchez, jefe de recursos humanos expresa que con los ascensos es algo que lo manejan más a lo interno de cada jefatura y que no existe un protocolo que lo regule, pero si una supervisión por parte de talento humano.

No hay un protocolo, pero si por parte del departamento de talento humano se busca que se elija a los mejores candidatos para cada área sin importar su género, pero si esto queda a elección de cada jefatura, en el caso de la redacción normalmente las decisiones las toma Eysel, pero si hay otros que solicitan las promociones internas por medio de concursos

A modo de conocer si hubo paridad de género en las contrataciones de Trece Noticias se le consultó con base a los primeros 4 meses del año en curso donde manifestaron lo siguiente:

Para Eysel Chacón su experiencia contratando no ha sido muy amplia, pero comenta que debido a los complejos procesos de contratación a lo interno de SINART, no se puede escoger un género en sí, va más en que cumpla con todos los requisitos.

Basado en mi experiencia que ha sido bastante corta, porque yo no he tenido la oportunidad de contratar mucho personal es bastante complicado a nivel administrativo, porque los perfiles son bastante especializados, te piden que la persona tenga que tener dependiendo del puesto ya sus títulos construidos, cierta cantidad de años de experiencia, en el caso de los de los periodistas deben estar incorporados al Colegio de Periodistas, que también te piden otros estudios relacionados y en el mercado fuera del canal no es tan fácil de encontrar gente tan especializado capacitada como como lo establecen los perfiles que están actualmente vigentes, por lo que las contrataciones son meramente más administradas por requisitos que cumpla el interesado aplicar al puesto. Es por esto por lo que no permite seleccionar un género en específico, puede que en 3 concursos hayan cumplido todos los requisitos solo hombres o mujeres.

Según Mariana Fernández, asesora legal al no existir un protocolo no se puede manejar el sí hubo paridad en esas contrataciones, argumenta que todo se da mediante los protocolos internos de SINART.

Como le indiqué no existe una política o un protocolo per se, sino una aplicación de principios de no discriminan, en todos los procedimientos administrativos que deban realizarse. La Dirección General nos requirió la elaboración de un reglamento que regule el procedimiento en caso de denuncias por violencia contra las mujeres en la política, que sigue los mismos principios y criterios de dicha ley; pero es muy complicado el poder medir directamente si se está realizando la paridad de género ya que todo se realiza por medio de los protocolos ya establecidos.

José Chaves Zamora, productor del noticiero indicó que no hubo ya que las 2 contrataciones han sido hombres.

No, ahorita se han contratado 2 personas interinas y han sido hombres, por lo que si lo vemos por ese lado no ha existido directamente la paridad de género, sin embargo, debemos ver que los protocolos limitan a poder manejar cuanta cantidad de hombres y mujeres puedo integrar o hacerlo de una manera parcial, acá el que ganó el concurso ese es el que entra.

### 4.3 Análisis encuesta Trece Noticias

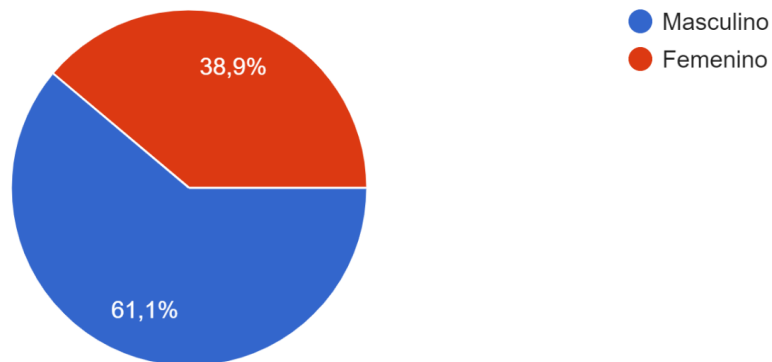
Haciendo una revisión de las respuestas de la encuesta, se obtuvo la visibilización de los empleados del medio de comunicación Trece Noticias significando estos un 61.1% (color azul) hombres y un 38.9% (color rojo) mujeres, a la misma respondieron 11 periodistas, cuatro editores y tres camarógrafos.

**Figura #2**

*Género en el departamento de Trece Noticias*

Género

18 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Las profesiones que actualmente se pueden encontrar en Trece Noticias son directamente periodistas, camarógrafos y editores, por lo que a esta encuesta respondieron un 61% (color azul) que son periodistas, un 22% (color anaranjado) que son editores y un 17% (color gris) que corresponde a los camarógrafos.

**Figura #3**

*Profesiones en Trece Noticias*



Fuente: Elaboración propia.

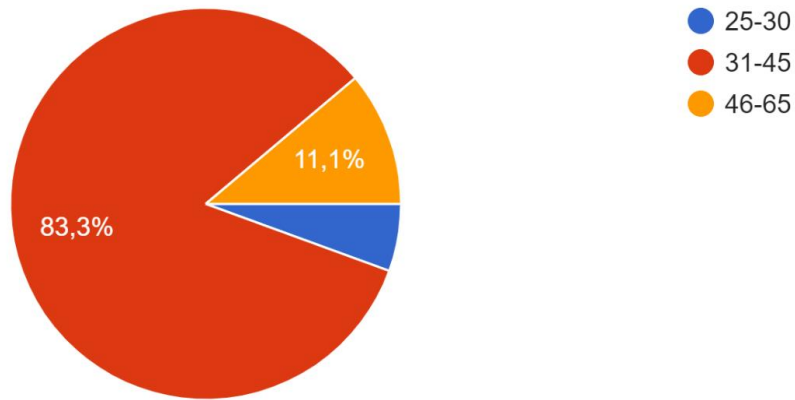
Con el fin de comprender el grupo de generaciones que se encuentra dentro del noticiero Trece Noticias, se les consultó por su edad; se detecta que todos complementan una población laboral adulta. El 83.3% (color rojo) de los colaboradores posee un rango de edad de 31-45 años, el 11.1% (color anaranjado) de 46-65 años y el 5.6% (color azul) de 25-30 años.

**Figura #4**

*Edades del personal de Trece Noticias*

Edad

18 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

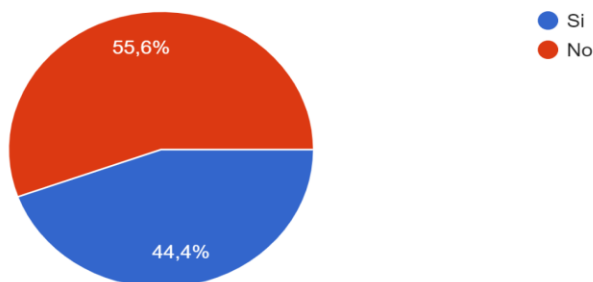
Se realizó la pregunta sobre si consideraban que el proceso de contratación de Trece Noticias posee vacíos o debilidades en términos de igualdad de género, a lo que un 55.6% (color rojo) indicó que sí y un 44.4% manifestó que no.

**Figura #5**

*Percepción de los colaboradores sobre el proceso de contratación*

¿Considera usted que el proceso de contratación de Trece Noticias posee vacíos o debilidades en términos de igualdad de género?

18 respuestas



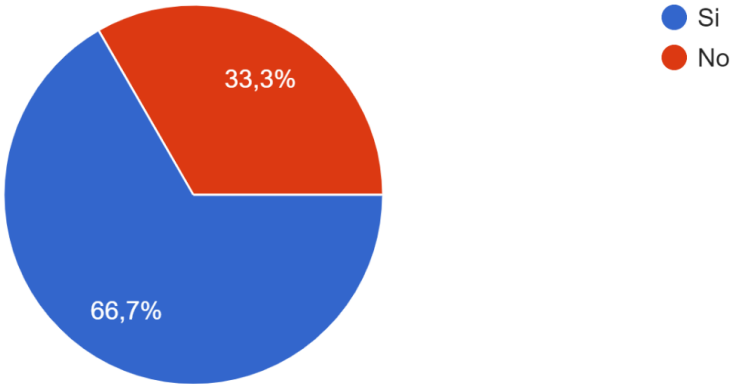
Fuente: Elaboración propia.

Otra de las preguntas fue si ¿Hay barreras que impidan un ascenso laboral dentro del medio Trece Noticias?, donde el 66.7% (color azul) indicó que si existen esas barreras que limitan crecer internamente y un 33.3% (color rojo) indicaron que no hay este tipo de obstáculo para subir de puesto.

**Figura #6**

*Percepción de los colaboradores sobre las limitantes del ascenso laboral*

Basado en su experiencia, ¿Hay barreras que impidan un ascenso laboral dentro del medio?  
18 respuestas



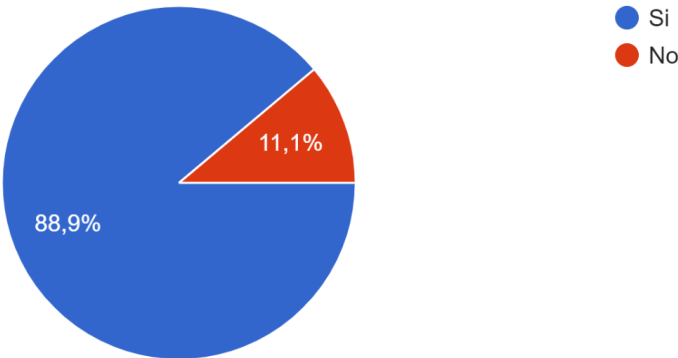
Fuente: Elaboración propia.

Con esta encuesta se buscaba conocer la comodidad de los colaboradores de laborar para Trece Noticias con la actual paridad de género. En total 16 de los 18 entrevistados (89.9%) respondieron que si se sienten cómodos de pertenecer a este medio con la paridad de género actual y solo 2 de 18 (11.1%) indicaron que no se sentían cómodos de ser parte de la entidad.

**Figura #7**

*Percepción de la comodidad de los colaboradores*

¿Se siente cómod@ de trabajar en Trece Noticias con la paridad de género que hay actualmente?  
18 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

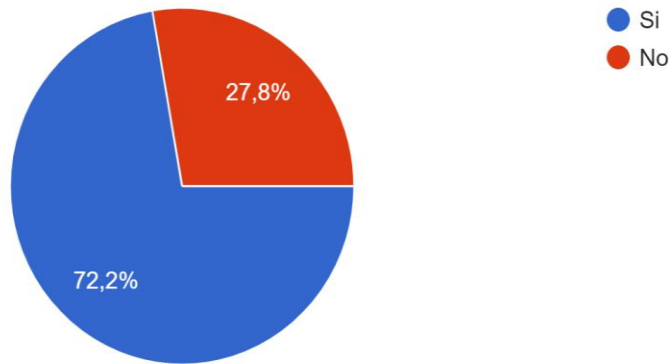
También era necesario medir por perspectiva de los encuestados si sentían que ¿existió igualdad de género durante los primeros 4 meses del año? Un 72.2% (color azul) indicó que sí hubo una paridad en estas contrataciones, mientras un 27.8% (color rojo) dice que no hubo.

**Figura #8**

*Percepción sobre las contrataciones de los primeros 4 meses del año*

¿Siente que existió igualdad de género en las contrataciones durante los primero 4 meses del año?

18 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

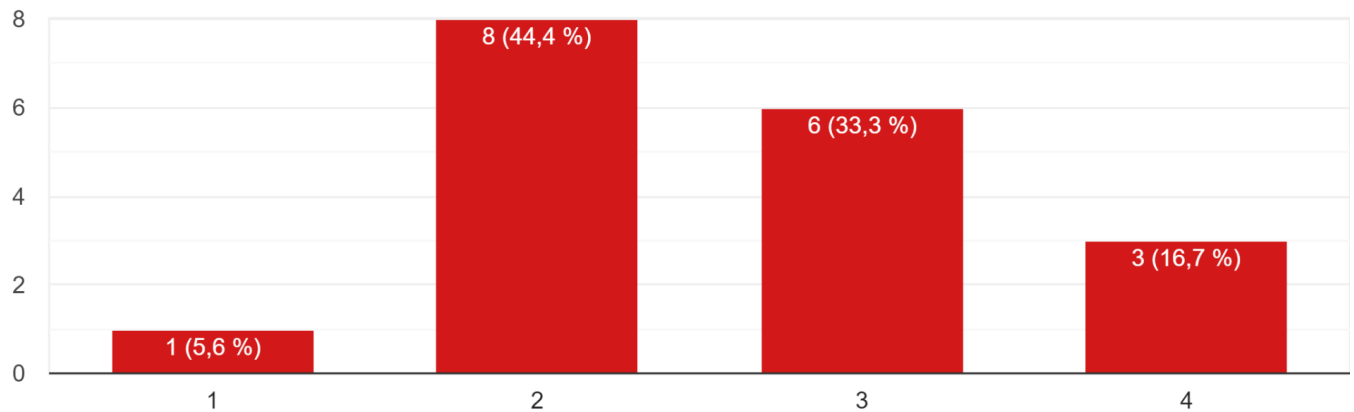
Con base en el modelo de la escala de Likert se midió el nivel de acuerdo o desacuerdo de los colaboradores conforme a ¿Qué tan marcada está la paridad de género en Trece Noticias?, con un rango de 1-4, donde 1 es nada satisfecho y 4 totalmente satisfecho. Un 44.4% (8) indicó que se encuentran poco satisfechos, un 33.3% (6) neutros, 16.7% (3) totalmente satisfechos y un 5.6% (1) nada satisfechos.

**Figura #9**

*Escala del modelo de Likert sobre la paridad de género en Trece Noticias*

En la escala del 1-4 ¿Qué tan marcada está la paridad de género en Trece Noticias?

18 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla #9***Respuestas de los encuestados*

A las personas encuestadas se les consultó acerca de que según su criterio ¿Qué aspectos considera relevantes para que haya paridad de género dentro de Trece Noticias?

No responde (NR)	Respuestas sin fundamento	Respuestas fundamentadas
–	Igualdad de oportunidades	Que se haga una selección acorde a conocimos, experiencia y no conveniencia y por amistad.
	Una normativa de la empresa	Que haya una cantidad igual de periodistas hombres y mujeres. Que haya mujeres en puestos de jefatura.
	No hay una paridad	Igualdad a la hora de cubrir fuentes periodísticas.
	las contrataciones en todos los ámbitos laborales	Creo que en este tipo de lugares la paridad de género no es aplicable, sino que se mide por las capacidades y la experiencia de cada quién, además, hay que resaltar que en la carrera de periodismo el 70% son mujeres.
	Tomar en cuenta los puestos de decisión	Me parece que es un tema en el que sí está bien, hablando siempre de la sección de prensa.
	Contratar más hombres	Cambio en la cultura organizacional

	Que se aplique en las nuevas contrataciones	Un equilibrio entre ambos
	Depende de la administración	Evaluación de idoneidad, perfil, capacidad

Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la pregunta abierta se logró determinar diferentes respuestas que se analizan de la siguiente manera: solo una persona decidió no dar una respuesta, en la segunda columna se observa que son respuestas que no profundizaron lo que la pregunta desea conocer, ya que al ser una consulta abierta se espera que el encuestado proyecte a ser más explicativo y brindara explicaciones valiosas que sustentarán la investigación.

En la tercera columna se visualizan ocho respuestas donde los encuestados dan su parecer a raíz de lo que se quiere dar a conocer y es saber los aspectos que ante la perspectiva propia son de suma importancia para que exista la paridad de género dentro del medio de comunicación Trece Noticias, son 8 respuestas que piden que haya una cantidad igual tanto de hombres como mujeres o que se haga una selección más por méritos profesionales y no por conveniencia.

También dentro de las respuestas brindadas por los colaboradores, indicaron que en lugares como en las redacciones de un noticiero no es aplicable la paridad de género u otros manifiestan que para lograr esa paridad de género es necesario un cambio en la cultura organizacional.

## Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

### 5.1 Conclusión General

Luego de los análisis de las entrevistas y encuestas realizadas a altos mandos jerárquicos, periodistas, camarógrafos y editores, se llega a concluir que, dentro del medio de comunicación Trece Noticias hay departamentos donde sí se pudo evidenciar paridad de género, pero hay otros complementarios que no poseen esta paridad. Si tomamos el público global del noticiero podría parecer que sí existe, pero al unir todos los departamentos que la conforman nos da otro resultado.

A pesar de los cambios que ha venido teniendo el noticiero en sus ediciones y personal, han logrado una paridad de género en el departamento de redacción, pero dejando al descubierto los que complementan este medio de comunicación. Las contrataciones que se han dado en el período de estudio han manifestado una mejora en lograr una cantidad igualitaria de ambos géneros, sin embargo, el medio se encuentra en un proceso de adaptación para alcanzar la paridad de género.

Tal como se conoció por medio de los entrevistados, SINART siendo la entidad base de Trece Noticias, no cuenta con procesos directamente en sus protocolos de contratación mismo que consta de 34 procesos donde ninguno regula la paridad de género. Al contar con procedimientos de contratación tan complejos donde se deben pasar por gran cantidad de pasos de selección y con requisitos que muchas personas en el mercado laboral no cuentan, lo que genera que no todos los oferentes lo cumplan dejando en muchos concursos a varias personas fuera y sin lograr alcanzar una paridad de género dentro del medio de comunicación.

Ante esto surge la incógnita sobre si ¿es necesario un protocolo de paridad de género en Trece Noticias? Si se toma de referencia la distribución del personal por áreas se ubican las falencias que mantiene el departamento de redacción con respecto a este tema, donde el personal que lo conforman son ocho mujeres y cuatro hombres, dando como resultado que hay un género que tiene la mitad de la presencia que el otro tiene.

La directora de Trece Noticias comentó que no existe un protocolo que regule la paridad de género y que los ascensos a lo interno se dan por mérito propio, dejando acá la duda de que, si entonces los méritos profesionales no se toman en cuenta, provocando que durante las contrataciones no se haga un hincapié en tener una misma cantidad de hombres como de mujeres dentro de la redacción, dejando a pensamiento del televidente que solo desean contratar un género en específico.

De igual manera se observó que durante las ediciones de noticias, donde por día son cuatro, solo en una de 30 minutos es presentada por un hombre y se da esporádicamente, generando así la disparidad de género dentro de la redacción, a pesar de que en la encuesta un 88.9% indicó sentirse cómodo con la actual cantidad de ambos géneros a lo interno.

Es notable cómo dentro de la redacción de Trece Noticias, el género que predomina es el femenino, pero si vemos hacia los otros departamentos que conforman el medio de comunicación se puede visualizar como en el área de camarógrafos y edición, no existe ni una sola mujer, pudiéndose observar que a nivel de igualdad con la mujer, aún existen estereotipos que limitan al género femenino en algunos puestos laborales y siendo esta una brecha que se ha venido acortando con el pasar de los años pero que aun así sigue dándose en las empresas.

Al ser un medio de comunicación estatal se podría pensar que debería ser el ejemplo ante todas las demás entidades del país, pero se logró determinar que no cuenta con un protocolo que invite a la paridad de género y que, en el departamento de Trece Noticias, la redacción mantiene más mujeres que hombres mientras que los otros departamentos solo hay hombres en sus puestos de trabajo.

Alrededor de todo el país y el mundo, se han venido manejando diferentes protocolos y procedimientos en busca de la evolución en materia de paridad de género, el SINART debe también buscar sumarse a estas tendencias ya que al ser una entidad perteneciente al sector público debe dar el ejemplo en materia de derechos humanos.

## 5.2 Conclusiones específicas

**Objetivo 1.** Identificar posibles vacíos y debilidades en las políticas y protocolos de contratación existentes en Trece Noticias.

La presente investigación estudió el protocolo de contratación, en el que se evidenció un proceso engorroso que deben experimentar quienes aplican a un puesto de trabajo en Trece Noticias. Profundizar en el documento aportó un mayor entendimiento sobre los diferentes procesos y el manejo que tiene a lo interno de la entidad.

Con la investigación se logró identificar los vacíos y debilidades que tiene el actual protocolo de contratación de SINART, en el que se observó lo complicado que puede ser para algunas personas el lograr cumplir con la cantidad de requisitos que son necesarios para poder participar de los concursos que se realizan.

Se evidenció que muchos de los requisitos que se solicitan en SINART, no son requeridos en los mercados externos, podría esto considerarse una debilidad que limita a los interesados. Todos estos grandes y largos procesos también generan que no se pueda tener una marcada paridad de género, ya que si del concurso solo los hombres cumplen con los requisitos se excluye a las mujeres.

Con la encuesta se obtuvo una división del personal de Trece Noticias, ya que 10 personas indicaron que el protocolo de contratación no presenta vacíos o debilidades, mientras que ocho respondieron que sí posee, lo que deja en evidencia que el 55.6% de la población total que conforman el medio de comunicación consideran que el proceso de contratación, no tiene debilidades en el tópico de paridad de género, lo que causa la interrogante de qué si no tiene inconsistencias, porque los departamentos a lo interno no logran marcar una paridad de género definitiva.

Lo vacío de este protocolo, se puede ver en que no cuenta con algún proceso que se busque generar una paridad de género en el medio de comunicación, ya que todo el proceso de reclutamiento se basa en quien cumpla con los requisitos será el elegido. A pesar de realizar pruebas técnicas para medir la capacidad que tiene la persona para desarrollar el puesto, que si bien es cierto es de gran ayuda para contratar a la persona más adecuada para la vacante, también genera descontento entre los oferentes ya que esos engorrosos procesos hacen que las personas en muchos casos no culminen el proceso de reclutamiento.

Tal y como fue comentado en la entrevista por medio de la directora de Trece Noticias los ascensos se dan más por méritos propios que por un respaldo profesional, lo que genera que se

puedan hacer elecciones a dedo o por conveniencia, también el jefe de recursos humanos Francisco Castro manifestó que al ser un protocolo de contratación general, que aplica para todo el SINART, es muy difícil el poder cumplir con un apartado de paridad de género, es por esto que el comenta que el crecimiento de cada colaborador en su área lo hace directamente la jefatura a cargo y que son pocos los departamentos que piden que sea recursos humanos el que haga todo el protocolo.

También por su parte la encargada del área legal Mariana Fernández, expresó que el no contar explícitamente con un protocolo de contratación que destaque la paridad de género no crea una debilidad, ya que dentro del mismo hay diferentes herramientas o normativas que buscan la equidad de género, tales como: procedimientos que prohíben discriminar una persona por su sexo en un proceso de reclutamiento, régimen salarial donde es estándar y sin diferenciación por género, dando como resultado esto que si se busca el respetar los derechos para ambos, pero que de igual manera se logra determinar que en los puestos de trabajo hay un desbalance de géneros.

Ante estos comentarios se determinó que el protocolo de contratación de SINART presenta más debilidades o vacíos que fortalezas, lo que hace ver una gran falencia conforme a sus procesos de contratación y ascensos laborales generando con esto la insatisfacción de su público externo siendo estos los oferentes y a su público interno que son los colaboradores que conforman Trece Noticias.

**Objetivo 2.** Detallar las barreras en los procesos de reclutamiento y ascenso laboral en el medio Trece Noticias.

Las barreras que existen en los procesos de reclutamiento son la cantidad de requisitos que la entidad pide a los interesados para formar parte de la empresa, ya que a los periodistas les solicitan estar colegiados ante el respectivo colegio mientras los otros medios a nivel nacional no exigen cumplir ese requisito, a los editores se les pide amplios conocimientos en manejar los modelos de 2-D y 3-D cuando en sus noticieros no se utiliza una línea gráfica tan avanzada.

En el tema de ascensos laborales tal y como fue de conocimiento en la entrevista a los expertos, se da más por mérito propio que por algo profesional, durante mayo el noticiero realizó diferentes cambios como la apertura de más ediciones de noticias, generando con esto movimientos a lo interno, donde se da el ascenso a dos periodistas como jefes de información, como búsqueda del balance de ambos géneros se seleccionó un hombre y una mujer para cumplir con los roles a lo interno de la redacción, pero que a los dos meses de haber realizado el cambio se da la salida del jefe de información, nombrando a otra mujer en el puesto.

El tener que contar con gran cantidad de años de experiencia en el ejercicio de la profesión termina siendo una limitante para todos aquellos oferentes, generando esto también que el público interno de Trece Noticias sean personas mayores, limitando a la población joven que aún no cuenta con amplia experiencia para poder participar de esos procesos de reclutamiento.

Las barreras para el ascenso laboral son igualmente la cantidad de requisitos que se les pide, no se basa solo en la experiencia que pueda tener la persona, sino que también los mismos se realizan a dedo, dejando en descubierto el preocupante caso donde, de manera que cumplan con los requisitos pero que no esté en el interés de la jefatura no será tomado en cuenta.

A pesar de que el 88,9% manifestara su aprobación de la actual paridad de género que existe en Trece Noticias, se pudo obtener de igual manera por medio de la encuesta que un 66.7% considera que hay barreras que limitan el ascenso laboral, pudiendo esto a largo plazo generar un descontento y creando un mal ambiente laboral.

Muchos de los ascensos al darse más por mérito, que por un tema más de conocimiento profesional, genera la disparidad de género que actualmente hay en la redacción y otros departamentos que conforman Trece Noticias, por lo que se determinó que las jefaturas están al mando solamente de mujeres, anteriormente un hombre estaba a cargo de la jefatura de información pero debido a una mejor oportunidad dejó el puesto y el mismo se le cedió a una mujer, actualmente

los puestos como los de la directora o las jefas de información son dominados por el género femenino,

Otra de las barreras que se pueden encontrar es que la mayoría de las contrataciones que se están realizando son por interinato, dándose contratos por una cantidad pactada y que al finalizar el tiempo se le podrá prorrogar en caso de que sea necesario, dejando a los interinos sin poder tener el crecimiento interno hasta que consigan una plaza fija. Actualmente, Trece Noticias posee 6 de 20 empleados como interinos.

Esto también genera que las personas que desean formar parte del medio de comunicación duden de tomar el puesto ya que los contratos que se brindan son por cantidades de tiempo muy corta lo que pone en juego una continuidad laboral y que crea una barrera en los procesos de reclutamiento.

**Objetivo 3.** Establecer la percepción de los colaboradores de Trece Noticias con respecto a las políticas de paridad de género dentro del medio.

Mediante la investigación realizada por medio de la encuesta se pudo determinar que por parte de un 55.6% los colaboradores, el actual protocolo de contratación no posee vacíos o debilidades, siendo esta una peculiaridad ya que la mayor cantidad de personas que respondió a esa encuesta son periodistas, mismos que se ubican en el área que cuenta con amplia disparidad de género.

Los colaboradores manifestaron mediante la encuesta que se sienten cómodos con la actual paridad de género, sin duda se puede observar en el día a día que la relación que tienen todos los colaboradores es muy buena, además se visibiliza que todos los puestos de alta jerarquía son ocupados por mujeres, se puede ver que la directora y las dos jefas de información son mujeres.

Ante esto se deja en visto que es el caso contrario que se ve en muchos lugares de trabajo donde los hombres son los que lideran este tipo de puestos. Pero al consultarle al grupo que conforma la redacción de Trece Noticias un 88.9% manifestó su agrado de contar con la actual paridad de género que tiene Trece Noticias.

Sin embargo, la respuesta de los encuestados deja una incógnita ya que ellos manifiestan sentirse cómodos con la actual paridad de género, pero también un 66.7% de los encuestados destaca que hay barreras o limitantes para poder crecer dentro de la organización.

En referencia al modelo de Likert ocho personas, lo que sería un 44.4% indicaron encontrarse poco satisfechos con lo marcada que está la paridad de género en Trece Noticias, seis manifestaron percibir que está neutra siendo esto un 33.3%, tres encuestados para un 16.7% respondieron estar totalmente satisfechos y solo 1 persona se siente nada satisfecha con la actual paridad de género.

Por lo que se da una contradicción por parte de los encuestados, al responder en algunas ocasiones que se encontraban satisfechos de laborar en Trece Noticias, pero que también manifestaron que hay una limitante que les perjudica en el crecimiento laboral, generando así esa contrariedad.

También durante la encuesta detallaron que sí hubo igualdad de género en las contrataciones en los primeros cuatro meses del año, lo cual es bastante contradictorio ya que se reclutaron dos personas, siendo estas solo hombres por lo que sí lo vemos del punto de vista de paridad de género no existió.

Ante todo, se concluye que hay bastante desinformación por parte del personal de Trece Noticias con respecto a la paridad de género, al tener varias contradicciones con el tema, pero que de igual manera actualmente los colaboradores se sienten cómodos de pertenecer a la entidad y de desarrollarse de manera profesional en sus áreas.

**Objetivo 4.** Revisar si existió un ajuste en cuanto a la paridad de género en las contrataciones durante el primer cuatrimestre de 2023

Se pudo concluir que se realizaron dos contrataciones y que ambas incorporaciones son hombres, no hay una parcialidad de que sea uno de cada género, pero sí podríamos concluir que estas dos inclusiones permitieron equilibrar la paridad de género en Trece Noticias, ya que a enero del 2023 había mayor cantidad de mujeres en la redacción.

Donde se pudo observar una deficiencia de la paridad de género es en los departamentos de camarógrafos y editores, ya que son sólo hombres los que ocupan estos puestos, generando que se pueda ver que directamente en Trece Noticias hay más hombres que mujeres, pero si lo dividimos por departamento, solo la redacción tiene más mujeres.

Estos departamentos se deben trabajar en busca de la inclusión del género femenino en esos ámbitos ya que con esto se demuestra que aún sigue habiendo falencias importantes al momento

de escoger a una mujer en puestos que a lo largo de los años han sido acaparados por los hombres, de tal manera que es una brecha que se debe reducir en lo absoluto y que se pudo evidenciar que aún hay patrones marcados referente a algunos puestos de trabajo.

Se podría decir que sí existió un ajuste en cuanto a la paridad de género, pero dentro de la redacción, ya que ahí fue el único lugar donde se logró establecer esta igualdad, porque en los departamentos de edición y cámaras son dominados por el género masculino, una de las contrataciones que se realizó durante este periodo fue igualmente de un hombre.

Esto sumado a la encuesta que se realizó a los colaboradores de Trece Noticias se plasma en las respuestas, que para 16 de los colaboradores, perciben que si hay una paridad de género que esto puede ser bien visto al ser un medio de comunicación estatal y que a su vez responde al artículo publicado en el 2015 por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), citado en el marco teórico anteriormente en donde a groso modo insta a tratar a los hombres y mujeres de una manera parcial, sin exclusividad por algún género.

No obstante en la entrevista se percibe que solo dos personas cuentan con el robusto conocimiento del tópico de paridad de género, ya que tiene amplitud de temas tanto legales, como del protocolo de contratación, por parte del jefe de recursos humanos, la directora del medio y de la encargada de la parte legal manifestaron que no se cuenta con algún protocolo o manual que permita cumplir a cabalidad la paridad de género, ya que sus contrataciones se basan en diferentes pruebas, tanto teóricas como prácticas, que definen el reclutamiento.

Tal como comentó la directora Eysel Chacón el realizar las contrataciones se vuelve complicado por la cantidad de requisitos que se solicitan, el estar colegiado o tener sus títulos respectivos, son solicitudes que tienden a ser difíciles que se cumplan, ya que en el mercado laboral es complicado encontrar personas que mantengan estos perfiles, lo que limita a que se establezca una paridad de género.

De igual manera para el productor del noticiero José Chaves, no existió una paridad de género ya que las incorporaciones que se hicieron durante el tiempo de estudio fueron de dos hombres, por lo que a su perspectiva no se cumplió una paridad en el reclutamiento, sin embargo, resaltó que el protocolo de contratación limita a poder seleccionar un género en específico, el que cumpla con los requisitos y gana las pruebas es el que se contrata.

Dicho esto se visibiliza que hay poco conocimiento por parte de las personas que conforman Trece Noticias, donde en la encuesta en la pregunta abierta muchos contradicen las respuestas que

dieron anteriormente, ya que una de las respuestas manifiesta que en prensa la paridad de género es un tema que está bien, sin embargo se observa que la misma no existe ya que solo hay cuatro periodistas hombres, contra ocho periodistas mujeres y que en los departamentos de camarógrafos y editores, estos se constituyen por solo hombres, causando la incógnita de si realmente conocen con amplitud el significado de paridad de género.

### **5.3 Recomendaciones**

#### **A la Universidad Internacional de las Américas**

- Se le recomienda generar charlas y talleres que permitan conocer la importancia de la paridad de género en los emprendimientos de comunicación o cuando se dirija un proyecto de comunicación con el fin de que todas estas nuevas alternativas crezcan ya con la adopción de la ideología de la con la paridad de género.
- Adicionalmente la universidad debe generar un manual de paridad de género de manera interna, dirigido a todas las personas que conforman las carreras universitarias que se imparten, así como talleres y cursos libres, dejando en claro que esto no busca que sean tratados igual sino más bien, que ambos tengan los mismos derechos, así como accesos a los diferentes puestos de trabajo y oportunidades en la vida.

#### **A Trece Noticias**

- Buscar la paridad de género en sus departamentos de cámaras y edición, ya que actualmente solo se encuentran hombres ejerciendo estas funciones, todo esto se da con el fin de que así pueda haber un balance amplio dentro de todo el noticiero.
- También la inclusión de que más hombres presenten las ediciones de noticias ya que de las que actualmente hay cuatro noticieros y solo en uno de ellos en pocas ocasiones las presenta un hombre, dejando que los televidentes puedan pensar que solo las mujeres pueden presentar sus noticieros.

## **Al Departamento de Recursos Humanos**

- Buscar hacer una corrección en sus protocolos de contratación para que se pueda buscar tener una paridad de género más marcada dentro del noticiero, así como simplificar sus requisitos para que más personas puedan acceder a participar de los concursos que se realizan en busca de personal.
- También se les recomienda, generar un protocolo para cada departamento en sí, ya que al ser uno compartido por toda la entidad, hace que muchas actividades no sean compatibles con otros y puede esto generar una competencia desleal hacia las personas que buscan obtener un puesto laboral en SINART.

## **A futuras investigaciones**

- Se les recomienda a las futuras investigaciones, dar a conocer la importancia de la paridad de género en los medios de comunicación para con esto también lograr llegar a tener un balance de información más equitativo donde hombres y mujeres puedan desarrollarse en sus ámbitos, ya que en la actualidad podemos ver como se ha ido dando la incorporación de las mujeres en el mundo de los deportes, pero que todavía existe una brecha de discriminación para ellas.
- También se recomienda hacer investigaciones en otros medios para conocer qué tan marcadas están las paridades de género en el ámbito de la comunicación, así como seguirla realizando en Trece Noticias y conocer si con el pasar de los años se ha buscado obtenerla o si es algo que más bien se podría haber perdido.

## Capítulo VI. Referencias bibliográficas

- Ballesteros, A. (2021). Análisis de la brecha salarial entre el sector público y el sector privado en Costa Rica: evidencia hallada con base en las encuestas de hogares del 2006 y 2016. *Revista De Ciencias Económicas*  
[http://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/67811944/1\\_Capitulo\\_Socializacion\\_Genero\\_Familia\\_IISUE\\_UNAM\\_2017-libre.pdf?1625023211=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCapitulo\\_Socializacion\\_Genero\\_Familia\\_II.pdf&Expires=1682204643&Signature=R-mwmX7v4GBUOcHXzVJfiwSJnSSNRWKhq7D6SRnarKa4Sb7g~eptMN3mH5XWCBZJI4mcQsSbTt~bB7fHaxVp6tfGbsP24Z4ZicZQENo1useN0NbWU47mfwPxS7NA3pQpF6Yp4srotbceo7cIGwOU5dQUsobBp-rnU-eAimb7uitRuNpdmDP65GbSzYNjYGDhxqKOOqmVQmgDdnsxS~w4-T6~Mpqb8cZxlnbXCYc9B3T5LMxAEISwjZm0QjdubpzTjKYFp9ywOsM0k0UH~7f-S9KUiAGjW1Bhq~6uYZY2yeyzHABpPQ3PqnzeYovVBVGHjde-BGwOGaHQDpGhoIwPphg\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](http://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/67811944/1_Capitulo_Socializacion_Genero_Familia_IISUE_UNAM_2017-libre.pdf?1625023211=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCapitulo_Socializacion_Genero_Familia_II.pdf&Expires=1682204643&Signature=R-mwmX7v4GBUOcHXzVJfiwSJnSSNRWKhq7D6SRnarKa4Sb7g~eptMN3mH5XWCBZJI4mcQsSbTt~bB7fHaxVp6tfGbsP24Z4ZicZQENo1useN0NbWU47mfwPxS7NA3pQpF6Yp4srotbceo7cIGwOU5dQUsobBp-rnU-eAimb7uitRuNpdmDP65GbSzYNjYGDhxqKOOqmVQmgDdnsxS~w4-T6~Mpqb8cZxlnbXCYc9B3T5LMxAEISwjZm0QjdubpzTjKYFp9ywOsM0k0UH~7f-S9KUiAGjW1Bhq~6uYZY2yeyzHABpPQ3PqnzeYovVBVGHjde-BGwOGaHQDpGhoIwPphg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- Batres, (2021). *Ejercicio del periodismo y desigualdades de género*.  
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6865/6032>
- Bejarano, M. (2005). *Los techos de cristal: barreras de ascenso en la carrera laboral de las gerentes del sector privado en Hermosillo*.  
[https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr18/PBR\\_18\\_07.pdf](https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr18/PBR_18_07.pdf)
- Bolaños, D. (2020). *Eficacia y eficiencia en los procesos de reclutamiento y selección de personal*. *Revista Biumar*, 4(1), 134-146.  
<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/sociojuridicos/article/view/6612/6504>
- Canella, A. (2019). *Disparidad de género en el ámbito laboral universitario*.  
<https://www.aacademica.org/21redcom/235>
- Castro, E. (2010). LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y SU IMPORTANCIA EN LA BUENA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS.

[file:///C:/Users/Administrator/Downloads/7073-  
Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128.pdf](file:///C:/Users/Administrator/Downloads/7073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128.pdf)

CEPAL. (2022). *Brecha salarial de género en Costa Rica. Una desigualdad persistente.*  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48049/1/S2200466\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48049/1/S2200466_es.pdf).

Chirinos, V. Meriño, Martínez, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista ean*, (84), 43-61.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/eand/n84/0120-8160-eand-84-00043.pdf>

Cognizant. (2023). Tecnología de proceso.  
<https://www.cognizant.com/es/es/glossary/process-technology>

De la Flor, M. (2017) *MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EFECTOS, TEORÍAS, INTERMEDIACION.*  
<https://pjenlinea3.poderjudicial.go.cr/biblioteca/uploads/Archivos/Articulo/los%20medios%20de%20comunicacion%20fuentes.pdf>.

Dykinson. (2017). *La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación.*  
<https://books.google.co.cr/books?id=rrOxDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.

Etura, Sanz, V., Jiménez, V. (2017). La cultura mediática y el discurso post machista.  
<https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1211>.

Filia. (2023). Teoría de los medios y de la comunicación  
<http://artes.filo.uba.ar/teoria-de-los-medios-y-de-la-comunicacion>

García, O. A. L., & Hernández, E. N. P. (2018). *Aplicación de las Tecnologías de Información y la Comunicación en los procesos de innovación empresarial. Revisión de la literatura. I+ D Revista de investigaciones*, 11(1), 144-152.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6123442>

Hernández, P. (2018). *Entre el avance y las barreras. Enfoques de igualdad de género en la política pública de mujeres rurales en Colombia. Estudios Socio-Jurídicos*, 20(2), 103-128.

<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v33n142/0123-5923-eg-33-142-00039.pdf>.

INAMU. (2017). *Las brechas de género en Costa Rica*.

<https://www.inamu.go.cr/brechas-de-genero>.

Jiménez, A. (2020). *Las Barreras invisibles para la igualdad: tres estudios sobre las desigualdades étnicas y de género en el mercado de trabajo durante la Gran Recesión*.

<https://www.tdx.cat/handle/10803/670134#page=1>.

Martínez, A. Ugarte, F. Centren, J. (2021). *Desigualdad de género en la participación laboral y remuneraciones en el grupo de países CID*.

<https://publications.iadb.org/es/desigualdad-de-genero-en-la-participacion-laboral-y-remuneraciones-en-el-grupo-de-paises-cid>.

Masacon, H., López, G. Lara, J. (2017). *Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. Dominio de las Ciencias*, 3(2), 311-333.

<https://repositorio.colson.edu.mx/bitstream/handle/2012/44474/Los%20techos%20de%20cristal.pdf?sequence=1>.

Matarrata, M. ZAMORA, A. (2015). *paridad de género y capacitación partidaria en Costa Rica*.

<file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Dialnet-ParidadDeGeneroYCapacitacionPartidariaEnCostaRica-5605192.pdf>.

Mayorga, K. (2018). *Igualdad de género en la educación superior en el siglo XXI. Palermo Business Review*, (18), 137-144.

[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/138716/PUB\\_OLMEDOZAMORA\\_TF\\_G.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/138716/PUB_OLMEDOZAMORA_TF_G.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

- Meza, A. (2017). *Discriminación laboral por género: una mirada desde el efecto techo de cristal. Equidad y Desarrollo*, 1(32), 11-31.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/84760168/15-5-libre.pdf?1650758471=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLos\\_Derechos\\_Humanos.pdf&Expires=1682200482&Signature=PYmOKoJIHPyvg5duRWiQQIDVT0JQOUbstjG3Wuv~vGmCGixp3BDBTg~WfLezg~g-bDJ1tpwFaxxwJHbGDjptp7q9TxZfaanTcbBcTTdlAc6Lewvf4eO4rkhoeMKLQq73Bcx6QFt5tq1AyJw0rghhOFA-ENYGlhKqNyL2EDeDsihlGG9opOn8f8HS2o9NTwCdb8ksQKCiezEELiXweITfW0CVQ2oGSzIPbo7ww5gGggyIkG5qfZIRFi0x6o8hJoF6gqWZAprAhNW53MuYRDhzlYosaCjIB4O-9ZAh-306b9JrCBGywOnDhufMlwQ5-CAKHaQV-UwYRLifW5~3jM0-A\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/84760168/15-5-libre.pdf?1650758471=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLos_Derechos_Humanos.pdf&Expires=1682200482&Signature=PYmOKoJIHPyvg5duRWiQQIDVT0JQOUbstjG3Wuv~vGmCGixp3BDBTg~WfLezg~g-bDJ1tpwFaxxwJHbGDjptp7q9TxZfaanTcbBcTTdlAc6Lewvf4eO4rkhoeMKLQq73Bcx6QFt5tq1AyJw0rghhOFA-ENYGlhKqNyL2EDeDsihlGG9opOn8f8HS2o9NTwCdb8ksQKCiezEELiXweITfW0CVQ2oGSzIPbo7ww5gGggyIkG5qfZIRFi0x6o8hJoF6gqWZAprAhNW53MuYRDhzlYosaCjIB4O-9ZAh-306b9JrCBGywOnDhufMlwQ5-CAKHaQV-UwYRLifW5~3jM0-A_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA).
- Miranda, J. (2021). *Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. Investigación administrativa*.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602018000100043](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602018000100043).
- Olmedo, E. (2022). *Publicidad sexista: evolución de la publicidad en anuncios de cerveza en el ámbito nacional*.  
<https://revistas.umariana.edu.co/index.php/RevistaBiumar/article/view/2331/2563>.
- ONU. (2015). *La igualdad de género. ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres*.  
<http://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1280&context=eq>.
- Ordóñez, L. (2015). *Discriminación laboral por razón de género*.  
<file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Dialnet-DiscriminacionLaboralPorRazonDeGenero-5379241.pdf>.

Osorio, J. L. (2005). *Los medios de comunicación y el derecho penal. Revista electrónica de Ciencia Penal y Criminología (en línea)*, (07-16), 16-51.

<http://udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/171/171#>.

Ricardo, S. (1999). <http://www.santafe-conicet.gov.ar/servicios/comunica/ponencias/mediatico.htm#:~:text=Denominaremos%20%22cultura%20medi%C3%A1tica%22%20o%20sociedad,las%2120tecnolog%C3%ADas%20y%20los%20medios>.

Rivero, G., Dabos, G. (2017). *Gestión diferencial de recursos humanos: una revisión e integración de la literatura. Estudios gerenciales*, 33(142), 39-51.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5973267>

Roche, E. (2015). Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes.

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/RocheDiezElena.pdf?sequence>.

Rodríguez, (2017). *¿Existe un techo de cristal en la distribución salarial femenina en Costa Rica?*

<https://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/bitstream/123456789/171/1/RCIEM150.pdf>.

Sánchez, A. (2021). *Derechos humanos. Técnica Avicam*.

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/47624>.

Sánchez, L., Martínez, A., González, E. (2019). *Análisis de las habilidades sociales del alumnado de formación profesional para la entrevista de trabajo*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7023965>

Sánchez, R. (2017). *La socialización de género en el entorno familiar: un espacio crucial para generar cambios y promover la igualdad de género*.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43862/La-cultura-medi%C3%A1tica-y-el-discurso-posmachista.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

SINART (2023). Quienes somos. <https://costaricamedios.cr/quienessomos/>


Torres. I. (2008). Derechos políticos de las mujeres, acciones afirmativas y paridad. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r23830.pdf>.

Valverde, B. (2019). *La desigualdad social y precarización de las condiciones laborales en Costa Rica*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229534>.

## 7. Anexos

### 7.1 Protocolo de contratación de SINART

	<b>PCH-002 Gestión del empleo</b>	
	<b>Versión 02</b>	<b>Fecha de actualización: 01/04/2019</b>
	Revisado por: MBA. Giovanni Otárola Marín	Aprobado por: MBA. Federico Amador Arias

#### 1. PROPÓSITO Y ALCANCE

- 1.1. Establecer las disposiciones para lograr el fortalecimiento del Capital Humano del SINART, mediante el reclutamiento, selección y formalización de los nombramientos.

#### 2. DEFINICIONES

- No aplica.

#### 3. DOCUMENTOS APLICABLES

- Convención Colectiva de Trabajo suscrita entre el SINART S.A. y ANEP, 2 de diciembre del 2011
- Reglamento de reclutamiento y selección (pendiente de aprobación)
- FCH-05 Entrevista de selección
- FCH-06 Verificación de referencias laborales
- FCH-07 Historial clínico
- FCH-19 Acción de personal
- FCH-20 Oferta de servicios para candidatos
- FCH-23 Manual descriptivo de puestos
- FCH-24 Cartel de concurso
- FCH-25 Comunicación de descripción de proceso
- FCH-26 Calificación de proceso
- FCH-27 Remisión de candidatos
- FCH-28 Confirmación y observaciones para la aprobación de candidatos
- FCH-29 Declaración jurada del no recibimiento de prestaciones legales
- FCH-30 Declaración jurada del recibimiento de prestaciones legales
- FCH-31 Evaluación del periodo de prueba
- FCH-32 Acción de personal estudiante

#### 4. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

- 4.1. Este procedimiento presenta la siguiente estructura:

- Generalidades del proceso (4.2.)



## PCH-002 Gestión del empleo

- Reclutamiento y selección (4.3.)
- Formalización del nombramiento (4.4.)
- Administración y gestión de las prácticas profesionales y pasantías) (4.5.)

### 4.2. Generalidades del proceso

### 4.3. Reclutamiento y selección

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
1	Solicitar contratación de personal vacante o aprobación de nueva plaza	Formula ante el área de Capital Humano el requerimiento para la contratación, incluyendo justificación.	Jefatura Departamento o Unidad / Coordinador área
2	Preparar términos requeridos para contratación	Analiza el requerimiento y prepara la información necesaria para ser presentada ante la Dirección General, incluyendo entre otra información presupuesto requerido, inventarios de plazas y términos de la eventual contratación.	Profesional Capital Humano (CH (Encargado/a de documentación y trámite)
3	Resolver solicitud	Analiza, revisa, solicita modificaciones en caso de ser requerido, y aprueba o rechaza mediante resolución, la solicitud para cubrir la plaza.  Notifica al área solicitante y al Profesional CH (Encargado/a de documentación y trámite) y/o Profesional CH (Psicólogo/a).	Dirección General



## PCH-002 Gestión del empleo

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
4	Revisar y enviar Ficha de perfil de puesto	<p>Revisa la solicitud y envía a Jefatura / Coordinador de área el <b>FCH-04 Perfil de descriptivo de puestos</b> para que revise si éste se adapta a lo requerido.</p> <p>En caso que no exista un perfil de puesto aprobado, deberá proceder según lo definido en <b>PCH-01 Gestión ocupacional</b> para la creación de <b>FCH-23 Manual descriptivo de puestos</b>.</p>	Profesional CH (Psicólogo/a)
5	Determinar requisitos para oferta de trabajo	<p>Determina los requisitos que deben incluirse en <b>FCH-24 Cartel del concurso</b>, según el manual de puestos, incluyendo entre otros aspectos: perfil del puesto, perfil académico esperado, experiencia laboral mínima, etc.</p> <p>Coordina fecha de apertura y cierre de oferta, requerimientos preferenciales, aplicación de pruebas técnicas, ubicación física, herramientas de trabajo, medios para recepción de solicitudes y cualquier otra información relevante.</p> <p>En caso de ser requerido, solicita apoyo de la Jefatura de área o trabajador designado por esta.</p>	Profesional CH (Psicólogo/a)



**PCH-002 Gestión del empleo**

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
6	Divulgar oferta (cartel del concurso)	<p>Analiza cuáles son los medios óptimos para divulgar la oferta, ya sea a través de la publicación en la página web del SINART, plataforma web, medios del SINART (Radio Nacional y Canal 13), correo interno, pizarras informativas o cualquier otro medio que se considere.</p> <p>Solicita al Profesional del Área de Comunicación divulgar la oferta de trabajo (concurso) en los medios ya considerados.</p> <p>Para perfiles técnicos también se considerará contactar a Universidades, Colegios Profesionales o Técnicos, o Centros donde impartan los estudios requeridos.</p> <p>La empresa priorizará la evaluación y análisis de las personas interesadas que ya se encuentran laborando en la empresa, sin embargo, con el fin de acortar los tiempos de respuesta, procederá a realizar ambos concursos (interno y externo) de forma paralela.</p>	Profesional CH (Psicólogo/a)

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
7	Recibir y revisar atestados	<p>En caso de haber una sobreoferta de candidatos, entendiéndose la misma, como la recepción de un número de aspirantes mayor a 100, se tomarán en cuenta únicamente las primeras 10 ofertas que hayan ingresado y que cumplan con todos los requisitos estipulados en el concurso.</p> <p>Revisa y analiza los atestados recibidos por trabajadores y verifica que éstos se adapten al perfil requerido.</p> <p>En caso que la vacante o nueva plaza pueda ser cubierta por un trabajador de la empresa, se procede con el apartado <b>4.4. Formalización del nombramiento.</b></p> <p>En caso que la vacante o nueva plaza no pueda ser cubierta por algún trabajador de la empresa, procede con la actividad n° 8.</p>	Profesional CH (Psicólogo/a)
8	Realizar primera selección	Analiza las hojas de vida enviadas por los candidatos y preselecciona en primera instancia aquellas que se adapten o cumplan con un mayor número de requisitos al puesto ofertado, según lo establecido en el cartel del concurso.	Profesional CH (Psicólogo/a)
9	Revisión con la Jefatura	De ser necesario, se le presenta a la jefatura la primera selección de concursantes, para determinar quiénes iniciarán el proceso de evaluación.	Profesional CH (Psicólogo/a)
10	Solicitar atestados	Solicita atestados y se convoca a entrevista. Revisa documentación enviada por el/a concursante.	Profesional CH (Psicólogo/a)



## PCH-002 Gestión del empleo

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
11	Aplicar valoración psicológica y entrevista de preselección	Aplica valoración psicolaboral al/a concursante y aplicación de pruebas psicológicas, de competencias y/o assessment center. Entrega al/a concursante el <b>FCH-25 Comunicación de Descripción del Proceso</b> , el cual deberá ser firmado.  En caso de entrevistar para un puesto clave, la Jefatura de Capital Humano determinará si se requiere de su participación en la entrevista.	Profesional CH (Psicólogo/a)
12	Verificar referencias laborales	Verifica las referencias laborales según <b>FCH-06 Verificación de referencias laborales</b> .	Profesional CH (Psicólogo/a)
13	Diseñar instrumentos para evaluación del/a concursante	Diseña con el Jefe de área los instrumentos a aplicar en la segunda entrevista teórico / práctica; oral y/o escrita.	Profesional CH (encargado Capacitación)
14	Aplicar evaluación al/as candidato/as	Aplica las pruebas teórico – prácticas y evalúa a los/as candidatos/as.	Jefatura de Departamento o Unidad / <b>Coordinador de área</b>
15	Realizar selección de Nómina	Selecciona a un grupo de candidatos/as que tengan un perfil más ajustado al solicitado, según <b>FCH-26 Calificación de Proceso de Selección</b> y junto con <b>FCH-27 Remisión de Candidatos</b> , presenta la nómina ante la Jefatura de Capital Humano, para su análisis y valoración.	Profesional CH (Psicólogo/a)
16	Presentar la nómina	Presenta la nómina a la jefatura pertinente para la selección final del/a candidato/a.	Profesional CH (Psicólogo/a)

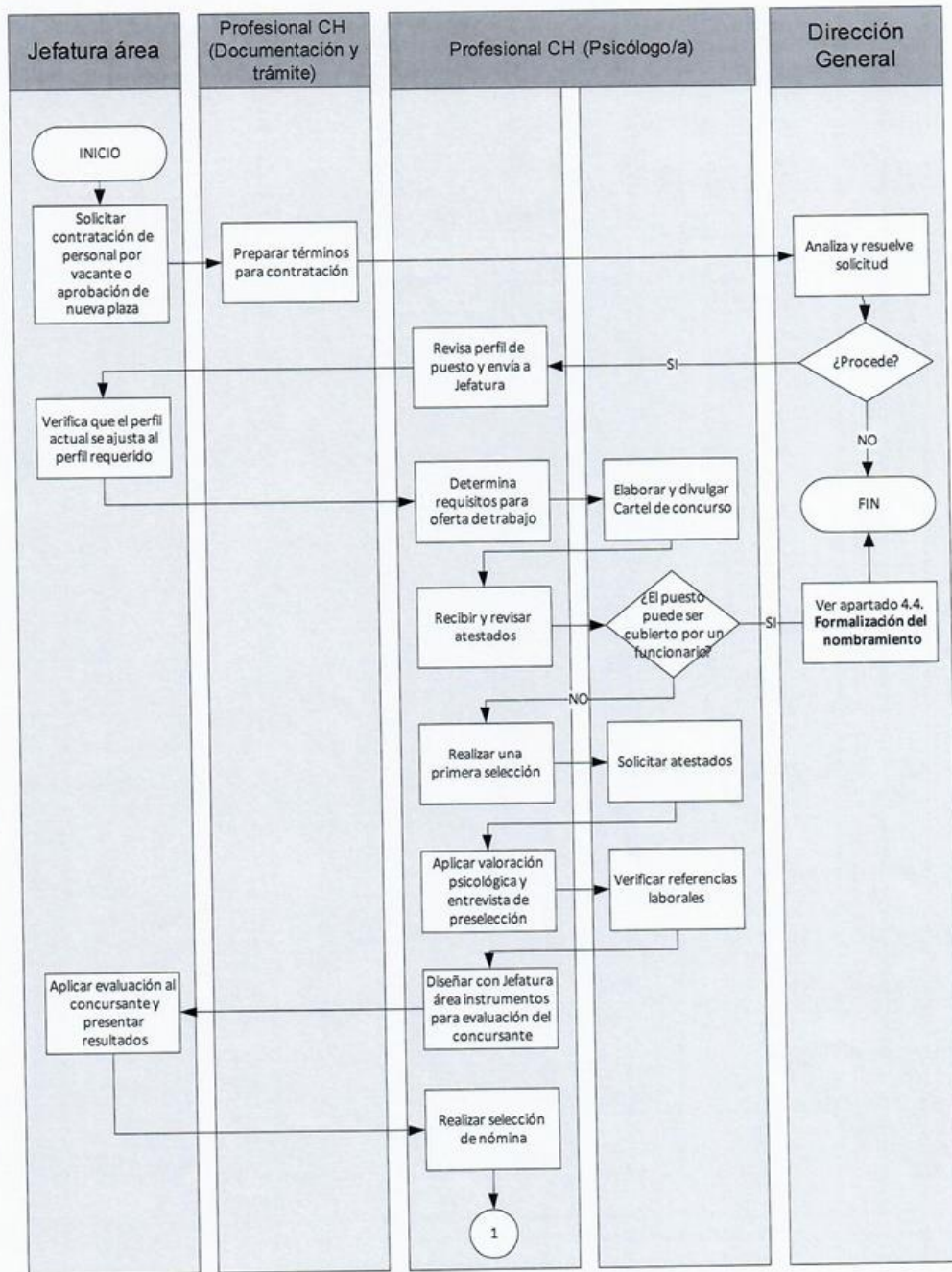


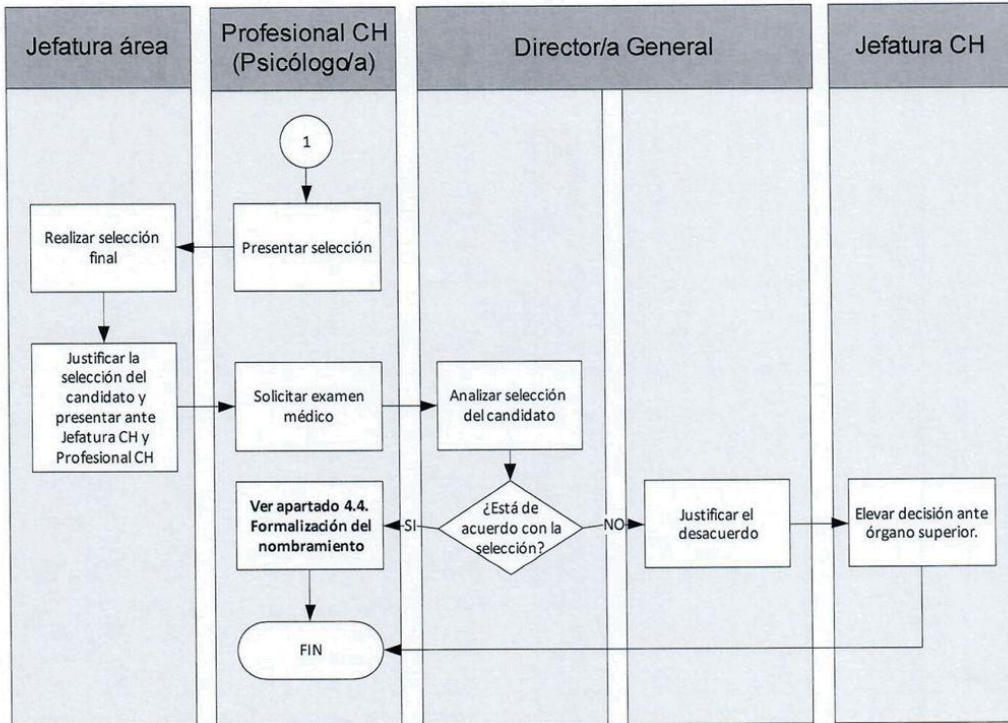
PCH-002 Gestión del empleo

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
17	Comunicar elección de candidato	Comunica mediante a la Jefatura de Capital Humano, Profesional CH (Psicólogo/a), el candidato seleccionado y los criterios de selección, implementando el <b>FTH-07 Confirmación y observaciones para la aprobación del(la) concursante.</b>	Director / Coordinador / Jefe de área
18	Solicitar examen médico	Se le solicita al/a candidato firmar el <b>FCH-29 Consentimiento Informado de Chequeo Médico para la apertura del expediente médico</b> y se le solicita al médico de la organización aplicar el chequeo médico al/a candidato/ha seleccionado/a mediante la apertura del <b>FCH-07 Historial Clínico.</b>	Profesional CH (Psicólogo/a)
19	Aprobar la selección final	Verifica los criterios de selección y recomendaciones realizadas por la Jefatura o Coordinador de área.  Aprueba la contratación del/a concursante, o brinda sus recomendaciones y entrega al Profesional CH (Psicólogo/a) el <b>FCH-28 Confirmación y observaciones para la aprobación del (la) concursante,</b> con la firma de aprobación.  En aquellos casos que la selección de la Dirección General difiera de la realizada por la Jefatura de Departamento / Unidad o Coordinador de área, deberá justificar los motivos de su objeción. La Jefatura de Capital Humano podrá elevar esta decisión al (órgano superior).	Dirección General



# PCH-002 Gestión del empleo





**4.4. Formalización del nombramiento**

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
20	Elaborar contrato y Acción de personal	Procede a elaborar los documentos asociados a la contratación y se registra en el sistema informático del área.  Elabora la acción de personal.	Profesional CH (Psicólogo/a)  Profesional CH (Encargado/a de documentación y trámite)



PCH-002 Gestión del empleo

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
21	Convocar para firma de contrato	Convoca al/a candidato/a seleccionado/a para la firma del contrato, y la documentación pertinente, <b>FCH-20 Oferta de Servicios para candidatos, FCH-31 Declaración Jurada del recibimiento de prestaciones legales, o FCH-30 Declaración Jurada del no recibimiento de prestaciones legales.</b>  Además, se le entrega el <b>FCH-23 Manual descriptivo de puestos</b> , el cual deberá firmar el recibido.  Notifica al/a candidato/a la fecha y hora de inicio de labores.	Profesional CH (Psicólogo/a)
22	Abrir expediente físico de trabajador	Abre el expediente físico, en el cual se incluye previamente revisado, hoja de vida, copia de cédula, hoja de delincuencia, licencias (de conducir, de portación de armas, o de incorporación al Colegio Profesional), atestados, cartas de servicio y de recomendación. Así como la documentación previamente utilizada para el proceso de reclutamiento y selección y contratación.	Profesional CH (Psicólogo/a)
23	Evaluación de periodo de prueba	Evalúa el desempeño de la persona contratada 15 días antes de cumplir los tres meses de haber sido contratada; aplicando el <b>FCH-23 Evaluación Periodo de Prueba.</b>	Director / Coordinador / Jefe de área
24	Analizar resultados de evaluación de periodo de prueba	Analiza los criterios indicados por la Jefatura pertinente, para determinar las acciones o medidas necesarias.	Profesional CH (Psicólogo/a)



**PCH-002 Gestión del empleo**

**4.5. Administración y gestión de las prácticas profesionales y pasantías**

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
25	Recibir solicitud de práctica	Recibe de Colegios Profesionales, Colegios Técnicos o Universidades, las solicitudes para la realización de pasantías (1 semana) o prácticas profesionales (3 meses).	Profesional CH (Psicólogo/a)
26	Compilar información recibida	Compila la información recibida y verifica que las pasantías o prácticas pueden ser realizadas en la empresa, según el perfil académico del estudiante. Elabora un listado inicial según el perfil del estudiante.	Profesional CH (Psicólogo/a)
27	Solicitar a Direcciones / Jefaturas la cantidad de estudiantes requeridos	Solicita a cada Jefatura / Coordinador, indicar el número de estudiantes que pueden realizar prácticas en sus áreas.	Profesional CH (Psicólogo/a)
28	Contactar con Colegios/ Universidades	Contacta con los Colegios / Universidades e indica la cantidad de plazas disponibles y las áreas / especialidades donde se realizarán estas prácticas o pasantías.	Profesional CH (Psicólogo/a)



PCH-002 Gestión del empleo

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
29	Verificar información aportada	Verifica la información aportada: <ul style="list-style-type: none"><li>• Colegio: Carta del Colegio solicitando la pasantía, consentimiento informado del estudiante, oficio indicando información de los/as alumnos/as (nombre, cédula, estudios realizados) y póliza del INS.</li><li>• Universidad: Carta de la universidad solicitando los tiempos requeridos, consentimiento informado del estudiante, carta del/a alumno/a, datos personales, currículo, copia de la cédula y póliza del INS.</li></ul> Remite la información a Jefatura CH y a Dirección General	Profesional CH (Psicólogo/a)
30	Aprobar ingreso de estudiantes	Aprueban el ingreso de los/as estudiantes para la realización de las prácticas profesionales y pasantías.	Jefatura CH / Dirección General
31	Crear Acción de Personal Estudiante	Se realiza <b>FCH-33 Acción de Personal Estudiante</b> , la cual deberá estar firmada por el Director General y la Jefatura de CH. Se entrega una copia al/a Estudiante y a la jefatura pertinente.	Profesional CH (Psicólogo/a)
32	Comunicar alumnos/as asignados/as	Comunica a las Direcciones / Jefaturas la cantidad de alumnos/as asignados/as.	Profesional CH (Psicólogo/a)
33	Controlar ejecución de tareas asignadas	Controla que los/as alumnos/as realizan las tareas asignadas; en caso de darse alguna incidencia, reporta de manera inmediata a Profesional CH (Psicólogo/a).	Jefatura / Coordinador

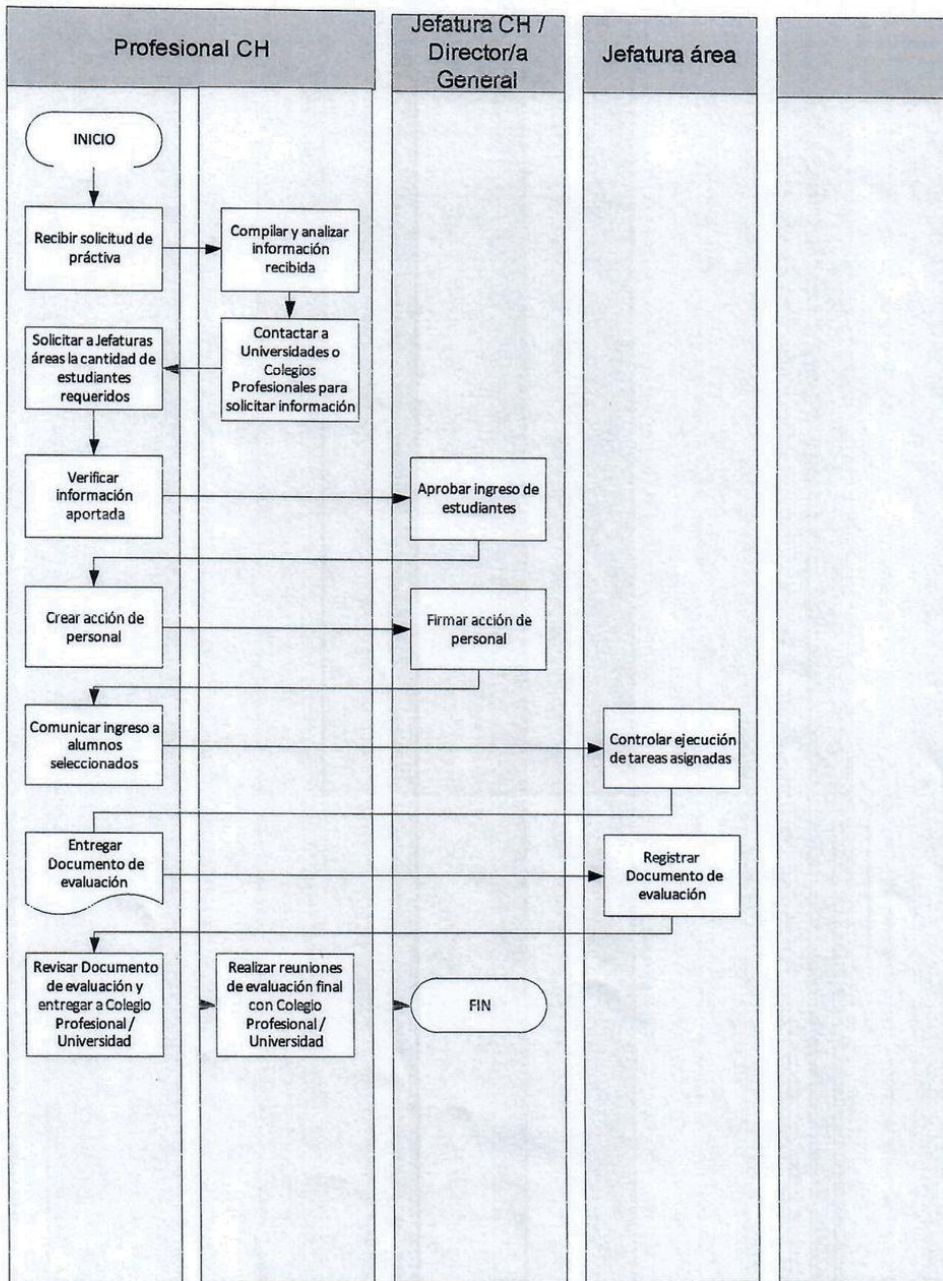


**PCH-002 Gestión del empleo**

Act	Nombre de la actividad	Descripción de la actividad	Responsable
34	Entregar documento de evaluación	Entrega a las Direcciones / Jefaturas involucradas el documento de evaluación de los/as estudiantes/as, enviado por el Colegio. Verifica su registro y remite de nuevo al Colegio.	Profesional CH (Psicólogo/a)
34	Realizar reuniones de evaluación final	De ser necesario se realiza reuniones de evaluación final con los Directores de Colegio. Si se requiere, se coordina con Jefaturas/Coordinadores su participación en dicha reunión.	Profesional CH (Psicólogo/a)



PCH-002 Gestión del empleo





**PCH-002 Gestión del empleo**

**5. CONTROL DE VERSIONES**

<b>Versión</b>	<b>Fecha</b>	<b>Origen del cambio</b>
02	01/04/2019	Versión Inicial

**6. ANEXOS**

**6.1. Anexo 1. Relación de símbolos (Diagramas de Flujo)**

	Actividad		Control
	Decisión		Inicio o finalización
	Documento		

## 7.2 Formulario de la encuesta

Preguntas **Respuestas** 18 Configuración

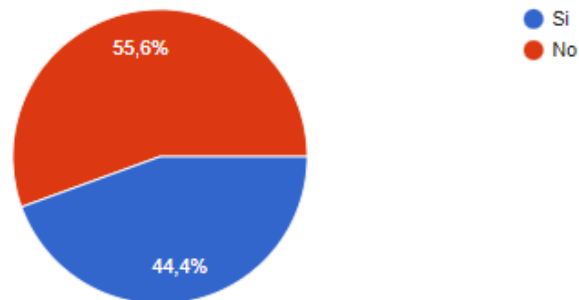
Las siguientes preguntas responden a los objetivos de la tesina **"ANÁLISIS DE LA PARIDAD DE GÉNERO EN LAS CONTRATACIONES DE TRECE NOTICIAS EN PERSONAS DE 25 A 65 AÑOS"** planteada por el estudiante Jesús Chacón Chavarría, la encuesta se plantea como parte de la elaboración de la metodología y los resultados de la misma se utilizarán únicamente con fines académicos.

### Percepción

¿Considera usted que el proceso de contratación de Trece Noticias posee vacíos o debilidades en términos de igualdad de género?

 Copiar

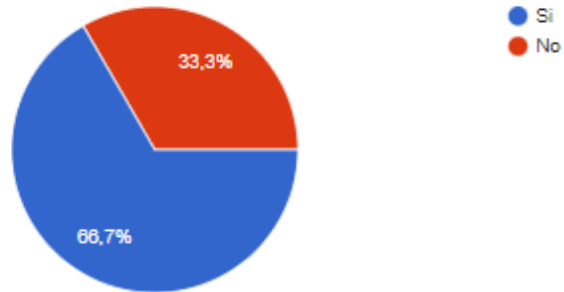
18 respuestas



Basado en su experiencia, ¿Hay barreras que impidan un ascenso laboral dentro del medio?

[Copiar](#)

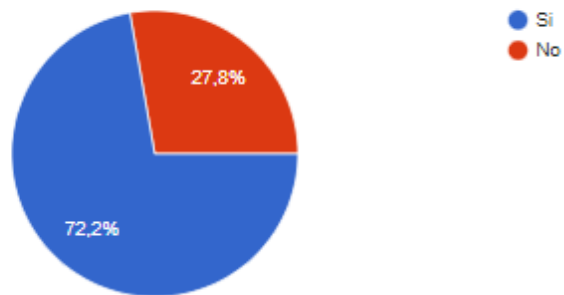
18 respuestas



¿Siente que existió igualdad de género en las contrataciones durante los primero 4 meses del año?

[Copiar](#)

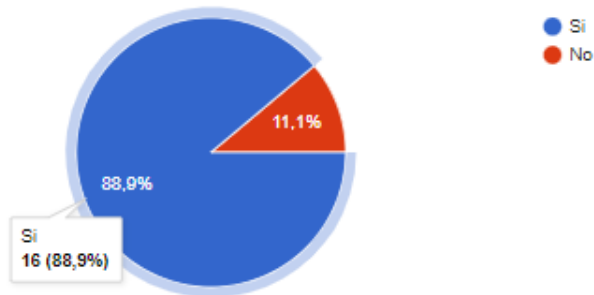
18 respuestas



¿Se siente cómodo@ de trabajar en Trece Noticias con la paridad de género que hay actualmente?

[Copiar](#)

18 respuestas

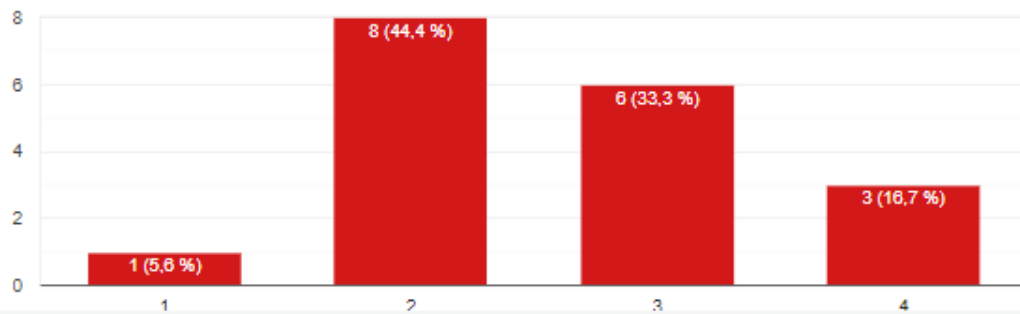


### Escala de Likert

En la escala del 1-4 ¿Qué tan marcada está la paridad de género en Trece Noticias?

[Copiar](#)

18 respuestas



### Pregunta abierta

Según su criterio, ¿Qué aspectos considera relevantes para que haya paridad de género dentro de Trece Noticias?

18 respuestas

Depende de la administración

--

Que se haga una selección acorde a conocimientos, experiencia y no conveniencia y por amistad

Que haya una cantidad igual de periodistas hombres y mujeres. Que haya mujeres en puestos de jefatura

Igualdad a la hora de cubrir fuentes periodísticas

Creo que en este tipo de lugares la paridad de género no es aplicable, sino que se mide por las capacidades y la experiencia de cada quien, además, hay que resultar que en la carrera de periodismo el 70% son mujeres.

Me parece que es un tema en el que sí está bien, hablando siempre de la sección de prensa

Cambio en la cultura organizacional

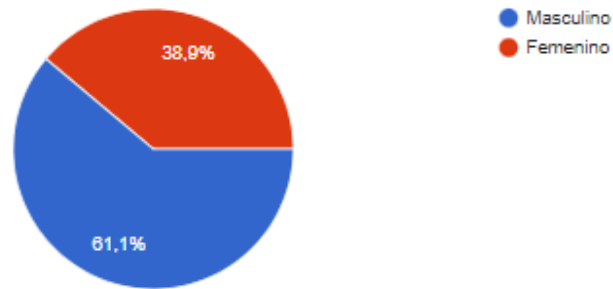
### Personal

### Personal

#### Género

18 respuestas

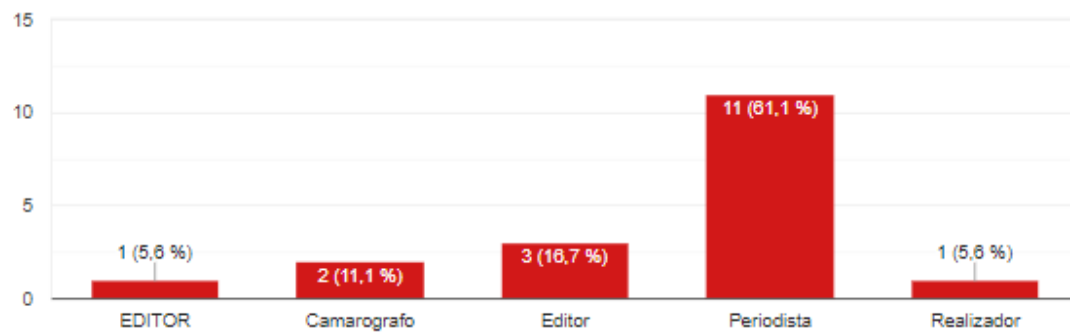
 Copiar

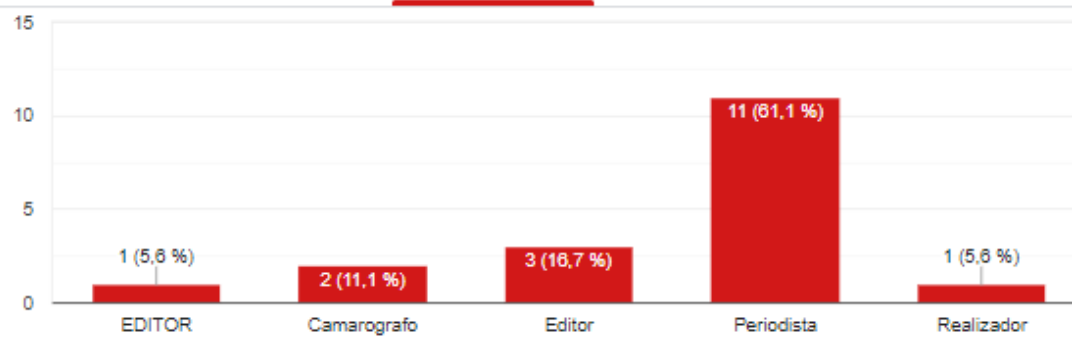


#### Profesión (Periodista, Camarógrafo u Editor)

18 respuestas

 Copiar





### Edad

18 respuestas

 Copiar

