



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Iztacala

**"El Papel del Psicólogo como Gestor Cultural en la
FES Iztacala"**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA
P R E S E N T A

Giovanni Morón De Paz

**Directora:
Dictaminadores:**

**Mtra. Aglae Vaquera Méndez
Mtro. Iván Enrique Picazo Martínez
Lic. Gerardo Abel Chaparro Aguilera**



Los Reyes Iztacala, Edo de México, 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A mis padres María Del Carmen De Paz y Javier Morón, a mis hermanas Yasmín, Karina, Yesenia y Teresa

Como un testimonio de cariño y eterno agradecimiento por mi existencia, valores morales y formación profesional, porque sin estimar esfuerzo alguno han sacrificado gran parte de su vida para formarme, nunca podré pagar todos sus desvelos, ni aún con las riquezas más grandes del mundo, por lo que soy y por todo el tiempo que les robe pensando en mí.

Gracias

A mis amigos

Por el tiempo que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y las gratas experiencias que en nuestra memoria vivirán, Gracias: Edson, Kenia, Mónica y Susana.

Por haberme brindado tu mano en momentos difíciles, a pesar de que nuestros caminos se han separado, gracias Aleydis.

Los quiero mucho

Kevin Meza

Por estar a mi lado, ayudarme a crecer, enseñarme cosas nuevas e invitarme a conocer las maravillas de la naturaleza; me has visto en las mejores y en las peores situaciones y aunque no te pueda asegurar que estemos juntos el resto de tu vida, sí te aseguro que te voy a amar el resto de la mía.

A mis tías Ofrecina y Guillermina.

Por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ustedes.

Reconocimientos



A la UNAM y a la Facultad de Estudios Superiores Iztacala

Por mi formación profesional, por ser mi segundo hogar; porque en sus instalaciones crecí de manera profesional, moral, y humana, porque llevo sangre azul y piel dorada, porque ser UNAM es entregarse, generar conocimiento, difundir sus valores y enriquecer nuestra cultura y porque...

POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU.

A la Mtra. Aglae Vaquera Méndez

Gracias a tu paciencia, asesoría, motivación y la confianza que depositaste en mí, he logrado concluir una etapa muy importante en mi vida, ha sido una experiencia única, gracias por abrirme las puertas del Centro Cultural y darme la oportunidad de ser parte del equipo y sobre todo por tu amistad.

Al equipo del Centro Cultural Iztacala

A Cinthia, Enrique, Myriam y Santa. Por su confianza, por ayudarme en la realización de este proyecto brindándome parte de su tiempo, tanto en la cuestión profesional como personal, por orientarme y apoyarme, porque con ustedes aprendí el valor del trabajo en equipo pues no siempre podemos controlar todo al mismo tiempo y sobretodo, lo exterior, el futuro, lo que nos sucederá, solo podemos modificar con nuestro esfuerzo, lo que depende de nosotros en compañía y con el apoyo de nuestros compañeros.

ÍNDICE

Introducción.....	5
Capítulo I. La Psicología Organizacional.....	8
1.1 Definición de Psicología Organizacional.....	8
1.2 Antecedentes de la Psicología Organizacional.....	11
1.3 Papel del Psicólogo Organizacional.....	19
1.4 Matriz FODA.....	23
1.5 Relación entre las variables del FODA: Análisis estratégico mediante la matriz MAFE.....	25
Capítulo II. Centro Cultural Iztacala.....	28
2.1 La UNAM: Historia, Contexto y desarrollo.....	28
2.2 Difusión y extensión de la cultura como parte de las funciones sustantivas de la Universidad.....	31
2.3 La promoción cultural en la FES Iztacala.....	34
2.3.1 Instalaciones.....	37
2.3.2 Actividades.....	38
2.3.3 Áreas de Servicio.....	40
2.3.4 Principales logros.....	41
Capítulo III. Propuesta “Estrategias de mejora en los procesos Operativos del Centro Cultural Iztacala”	44
3.1 Justificación.....	44
3.2 Alcances y límites.....	46
3.3 Estrategias de mejora.....	48
3.3.1 Primer Propuesta de mejora: Información, mejorar la comunicación en la cobertura de eventos	52
3.3.2 Segunda Propuesta de mejora: Motivación en el personal, comunicación asertiva..	55
3.3.3 Tercer Propuesta de mejora: Capacitación para operar el Equipo audio-visual y de iluminación	65
3.3.4 Cuarta Propuesta de mejora: Conocer la opinión y gustos de la comunidad Universitaria.....	75
Conclusiones.....	77
Bibliografía.....	80
Anexos.....	85

INTRODUCCIÓN

La cultura según Mariscal (2006) es un componente fundamental en la vida social de los seres humanos, ha sido estudiada no sólo desde diversos enfoques, también ha sido objeto de políticas que facilitan o impiden la conservación, transformación, difusión y extinción de sus manifestaciones.

La evolución de sus conceptos y definiciones es tan variante como países hay en el mundo, sin embargo tienen concordancia entre sí, en palabras de Molano (2007) la cultura es lo que le da vida al ser humano: sus tradiciones, costumbres, fiestas, conocimiento, creencias y moral. De este modo se puede afirmar que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales.

Desde la psicología, el concepto de cultura es útil para describir la manera en la cual la narrativa biográfica adquiere sentido a través de las relaciones con los colectivos e instituciones, las cuales cuentan con un sistema de reglas y normas de inclusión y exclusión (Vera, Rodríguez y Grubits, 2009), dicho sistema permite al individuo sentirse parte de un grupo fomentando así un sentimiento de bienestar y pertenencia, siendo esta una de las funciones del gestor cultural el cual además, debe tomar decisiones con base en sus recursos, técnicas, instrumentos y posibilidades para lograr el objetivo final, vinculado al desarrollo de su comunidad.

Es en este punto donde el concepto de identidad y cultura se unen dando paso al sentido de pertenencia resultante de lo personal y lo grupal de una cultura, donde los procesos de socialización dentro y fuera de un grupo, institución o colectivo generan productos éticos, estéticos, epistemológicos para dar a conocer las relaciones entre lo humano, lo técnico y lo natural (Vera, Rodríguez y Grubits, 2009).

Con base en lo anterior, los profesionistas dedicados al área que han realizado gestión cultural proceden de distintos tipos curriculares, según un estudio de la UNESCO en el 2003 (citado en Mariscal 2006), una parte de los gestores culturales

cuentan con una carrera técnica o licenciatura en alguna ciencia o disciplina relacionada con el ámbito cultural (artistas, sociólogos, antropólogos, trabajadores sociales, psicólogos) es aquí en donde interviene la psicología de las organizaciones, a través de un análisis de las variables que parecen explicar los rasgos más importantes de la conducta humana en un ambiente institucional promoviendo la motivación y la sensación de pertenencia de un individuo.

Las acciones del psicólogo como gestor cultural no están exentas de programas de revisión de objetivos y resultados de una paulatina búsqueda de la eficacia y eficiencia en la metodología del trabajo, el cual ha promovido una constante oferta formativa así como una continua revisión interna de los procedimientos llevados a cabo por los mismos profesionales (Mariscal, 2006).

De este modo el psicólogo valiéndose de la psicología de las organizaciones incide en funciones y tareas varias, de acuerdo con Salgado y Peiro (2008) los cambios demográficos, sociales y culturales han producido importantes transformaciones en el mundo del trabajo, en las organizaciones y en las relaciones laborales.

Establecer estrategias de desarrollo de la organización, combinar con eficacia los recursos disponibles humanos, materiales como financieros, aprovechar las oportunidades del entorno, relacionarse bien con el exterior y adaptarse a las características del contexto socioeconómico son algunas de las cuestiones que debe abordar el psicólogo organizacional en el sector cultural (Peiró, 2001).

Con base en lo anterior el psicólogo puede aspirar a ser el especialista encargado de dar forma a los contenidos culturales, su papel es fundamental, pues tiene los conocimientos propios del área organizacional a su disposición para promover, incentivar, diseñar y realizar proyectos culturales desde cualquier ámbito. De acuerdo con Mariscal (2007) el diseño y ejecución de proyectos y políticas culturales privadas, comunitarias y gubernamentales de cualquier nivel, han sido realizados por profesionistas de diversos niveles y formaciones académicas, lo cual debe

integrar funciones diversas relacionadas con la gestión administrativa, económica, formativa, comunicativa, artística e intermediar entre los diferentes agentes locales que interactúan en lo cultural.

Es importante tener en cuenta que el perfil del gestor cultural no tiene por qué corresponderse con el de un profesional formado en el ámbito técnico artístico o en el de gestión propiamente dicha, sino más bien debe estar capacitado para aprender los diversos procesos culturales que suelen ser complejos y muy diversos.

Una de las funciones sustantivas de la Universidad Nacional Autónoma de México, es promover y difundir la cultura, en la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, donde los profesionistas a cargo del Centro Cultural tienen por misión, tal como mencionan en su portal “coadyuvar en la formación profesional integral del estudiante universitario poniendo a su alcance una oferta cultural que promueva y fomente las habilidades y sensibilidad artística de la comunidad universitaria...” generando de esta manera la creación de expresiones artístico-culturales propias de cada individuo, fortaleciendo a la identidad y el sentido de pertenencia en los estudiantes, brindando una experiencia universitaria completa, tanto a nivel educativo, personal, profesional, y desde luego artístico-cultural.

I. LA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

1.1 Definición de Psicología Organizacional

Dunnette y Kirchner (2005) mencionan que la psicología de las organizaciones es definida como “el estudio de la organización, los procesos que tiene en su interior y las relaciones que establece con las personas que pertenecen a la misma, a esto se suma la obligación que tienen los psicólogos de estudiar las áreas de conflicto potencial así como las demandas que hace la organización sobre ellos”.

Por su parte, Mastretta (2006) define a la psicología organizacional como el estudio de la actitud, los procesos cognitivos y el comportamiento aplicados a la interacción humana en las actividades productivas. De este modo supone la aplicación de los principios y métodos de la psicología a las personas en su ambiente laboral.

Furnham (2001) indica que la psicología organizacional es el estudio de la forma en que las personas se reclutan, seleccionan y socializan en las organizaciones y se aplica a la forma en la cual son recompensadas y motivadas, la forma en que las organizaciones están estructuradas, formal e informalmente en grupos, secciones y equipos, cómo surgen y cómo se comportan los líderes.

Saal y Knight (1988, en: Furnham, 2001) la definen como el estudio del comportamiento, los pensamientos y sentimientos del hombre y la mujer conforme se adaptan a las personas, los objetivos y el ambiente donde se desenvuelven en el ámbito laboral. Esta definición destaca a la psicología organizacional como un motor de búsqueda de nuevos conocimientos llevados a la práctica de esta disciplina, beneficiando a la organización y a sus integrantes, analizando la manera en la cual las organizaciones influyen en el pensamiento, sentimiento y comportamiento implícito de los empleados dentro de la organización.

Blum y Naylor (1968, citado en Muchinsky, 2002) la definen como la aplicación o extensión de hechos y principios psicológicos a los problemas que conciernen a seres humanos que trabajan dentro del contexto de los negocios y la industria.

En palabras de Spector (2002) la Psicología organizacional comprende un desarrollo y aplicación de principios científicos en el área laboral o del trabajo contando con dos divisiones principales, la industrial (o de personal -I-) y organizacional (O). Por lo tanto este autor comprende la psicología Industrial/organizacional (I/O) como un pequeño campo de la psicología aplicada, que hace referencia al desarrollo y aplicaciones de principios científicos en el lugar de trabajo generando eficiencia organizacional.

Por lo anterior, la psicología organizacional percibe dos vertientes relacionadas con un objetivo en común, una de ellas es lo individual, orientada al empleado y la otra lo institucional u organizacional, es decir la institución como tal. De este modo el interés del empleado y la organización para mejorar la calidad, eficacia y eficiencia, está directamente relacionado con la psicología la cual se ocupa de entender el comportamiento y fortalecer el bienestar de los empleados en el lugar de trabajo.

Con el tiempo la definición de lo que hoy conocemos como psicología aplicada a las organizaciones ha pasado por distintas denominaciones entre ellas: psicología del trabajo, psicología laboral, psicología ocupacional, psicología industrial o psicología organizativa, entre otras. Independientemente de la variedad de la terminología, los intereses de cada una son los mismos, por ende, para establecer una definición propia, de esta área, es importante retomar lo dicho por los autores así como estos dos conceptos clave, la psicología y la organización.

Psicología proviene del griego clásico “ψυχή” (psykhé o psique), e significa “Alma” y “λογία” (logos), que significa “tratado” o “estudio de”, literalmente estudio o tratado del alma. Los autores varían en cuanto al significado y definición, sin embargo se coincide en que la psicología es la ciencia que estudia los procesos conductuales y

cognitivos que incurren en el comportamiento de los seres humanos y animales. A esto se suma el estudio de los fenómenos que acontecen en la conciencia del individuo y sus relaciones con su sociedad, ambiente físico y su cultura; por lo tanto se puede definir a la psicología como una disciplina enfocada a analizar y comprender los procesos cognitivos y conductuales de los seres humanos en relación con sus interacciones, el ambiente físico, cultural y social.

Por su parte, "organización" etimológicamente hablando proviene del origen griego "*organon*", que significa instrumento, utensilio, órgano o aquello con lo que se trabaja, el Diccionario de la Real lengua española (2005) la define como:

1. *f. Acción y efecto de organizar u organizarse/ Disposición, arreglo, orden.*
2. *f. Disposición de los órganos de la vida animal o vegetal / manera de estar organizado.*
3. *f. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.*
4. *f. Organismo que desempeña una función de interés público, especialmente benéfico o docente.*

Siendo estas dos últimas definiciones las más adecuadas para nuestro fin pues hacen referencia lo relacionado con las entidades o sistemas que interactúan entre sí en un ambiente laboral ya sean de un sector salud, deportivo, social, político, económico, cultural, público o privado en pro de un objetivo en común.

Con base en lo anterior se puede definir a la psicología organizacional como una disciplina o la rama de la psicología orientada al estudio del comportamiento al interior de una organización, estudiando el comportamiento y las relaciones humanas en un ambiente laboral, que puede ser desde una empresa hasta un club, del sector público o privado teniendo como fin generar conocimientos óptimos y pertinentes para la institución, detectando problemas que afectan a nivel personal y/o grupal, mejorando el rendimiento de la organización en cuestión.

Cabe mencionar que la psicología organizacional es muy importante en el ámbito laboral, al comprender cómo funciona una empresa y tener en cuenta el desempeño de cada uno de los empleados, pueden promover mejoras que beneficien a nivel personal, grupal e institucional.

Cualquier organización está formada por grupos de individuos que interactúa en conjunto para llegar a una meta u objetivo en particular, tiene que ver con situaciones relacionadas al trabajo, el ausentismo, la comunicación interpersonal, la capacitación y evaluación del desempeño, el rendimiento humano, la gestión, entre otros. Además, incluye la motivación, el comportamiento del líder y del poder, la estructura de grupos y sus procesos, el aprendizaje, la actitud de desarrollo y la percepción, los procesos de cambios, los conflictos, las condiciones de trabajo, la tensión en el trabajo y el manejo del estrés (González y Olivares, 2014).

1.2 Antecedentes de la Psicología Organizacional

En sus inicios, lo que ahora conocemos como psicología Organizacional no tenía un nombre, era la unión de dos fuerzas que comenzaban a tomar impulso antes de 1900. Una de esas fuerzas era la naturaleza pragmática de algunas investigaciones psicológicas básicas que buscaba mejorar el funcionamiento al interior de una organización (Muchinsky, 2007). Así es como incursiona la psicología, inicialmente conocida como "psicología industrial, psicología del trabajo, psicología del personal, psicología organizativa" entre otras.

Entre los psicólogos aún no existe como tal un acuerdo claro sobre cuál es el origen de la psicología organizacional, pues se percibía como una la disciplina de la industria y que se expande hacia otras instituciones, hasta lograr su consolidación en la década de 1970, así la psicología organizacional logra establecerse como una ciencia relativamente joven, la cual lejos de centrarse en los estudios de la organización como tal, se orienta a los individuos como integrantes de la misma.

Surgió por la necesidad de resolver problemas prácticos en relación con las constantes crisis existentes. Fue fundada formalmente a principios del siglo XX. Moore (1980, en Rodríguez y Posadas 2005) menciona tres periodos en que se consolidó la psicología del trabajo y de las organizaciones; el primero data de 1910 a 1940, denominado como teorías con pretensiones universalistas, el segundo abarca de 1940 a 1960, denominado como periodo de generalizaciones empíricas y el tercero, que va de 1960 a la fecha, en el que las teorías se generan a partir de fenómenos concretos.

Sobre el primer periodo Gilmer y Haller (1976) mencionan que la psicología industrial empezó en América en 1901 y Blum (1985) agrega que se origina a partir del campo de la publicidad con Walter Dill Scott, aun cuando se reconoce a Hugo Münsterberg como el personaje que propuso el modelo para el desarrollo de la psicología Industrial, abarcando el estudio de temas como el aprendizaje, el ajuste a las condiciones físicas, la economía de movimientos, la monotonía, la fatiga, la compra y la venta (Rodríguez y Posadas, 2005).

Walter Dill Scott, quien en 1901 se pronunció a favor de las aplicaciones de la psicología a la publicidad, y en 1903, escribió el libro "The Theory of Advertising" (La teoría de la publicidad), que fue el primer libro que trató de psicología y un aspecto del mundo laboral, libro que suele considerarse como el primero que habló al mismo tiempo sobre psicología y un aspecto del mundo laboral. En 1913 apareció un libro llamado "Psychology of Industrial Efficiency" (Psicología de la eficiencia industrial) El segundo libro de este tipo fue La psicología de la eficiencia industrial escrito por Hugo Münsterberg (1863-1920), esta obra versa sobre el campo de la psicología industrial en términos más amplios (Muchinsky, 2007).

Los libros *Vocación y aprendizaje* (1912) y *Psicología y eficiencia industrial* (1913), de H. Münsterberg son los primeros textos en este campo y tratan temas como "métodos de selección de personal, métodos de incremento de la eficiencia en el

trabajo y técnicas de mercado y publicidad” (Hergenhahn, 2001). Enciso y Perilla (2004) Mencionan que posteriores desarrollos en el área se deben a los trabajos de Frederick W. Taylor y H. Fayol que entendían a la psicología como el resultado del progreso de la administración (principios del Siglo XX).

Henry Fayol destacó por la introducción de las funciones administrativas dándole un importante al ciclo administrativo que comprende: planificar, organizar, dirigir, coordinar, controlar. Taylor se dio cuenta del valor que tenía rediseñar la situación laboral para alcanzar tanto una mayor producción de la compañía como salarios más altos para los trabajadores. La obra más conocida de este autor es el libro “The Principles of Scientific Management” (1911), donde dio a conocer que los trabajadores que manejaban lingotes pesados de hierro podían ser más productivos si tenían descansos en el trabajo (Muchinsky, 2007).

Los mayores avances en este campo surgieron a partir de las guerras mundiales. En 1917, durante la primera, se hace notar la utilidad de la disciplina psicológica la cual marcó su nacimiento como una disciplina de suma importancia y utilidad ante la necesidad de seleccionar y calificar a millones de reclutas, por tal motivo la milicia solicitó a un equipo de psicólogos elaborar una prueba de inteligencia general, creando así dos tests; el Army alfa y Army beta para analfabetos, estas pruebas de capacidad intelectual dan paso al surgimiento de las firmas de consultoría, siendo la primera de ellas la de James Catell, Psychological Corporation, fundada en 1921 (UNAM FCA, 2002).

El éxito obtenido por estas pruebas propició el desarrollo de otros tests dirigidos al adiestramiento y evaluación de militares y pilotos, al finalizar la guerra otras entidades que se valían de métodos de selección y clasificación reconocieron la utilidad de los tests y gracias a la experiencia militar, proliferaron las actividades de la disciplina psicológica, obteniendo el nombre de psicología industrial.

Ardila (1999) señala que gracias a los estudios de Hawthorne en 1924 crece el campo de la psicología industrial, se había supuesto que las condiciones físicas del trabajo estaban en relación muy estrecha con la productividad y con la felicidad del obrero, siendo la investigación de los aspectos físicos del ambiente de trabajo en la eficacia del empleado, marcaron el nacimiento de la psicología industrial como disciplina independiente.

El desempleo y la confusión se terminaron al comenzar la segunda guerra mundial en 1944 durante esta guerra la industria bélica necesitaba hombres, hubo trabajo para todos y las largas filas de desempleados se seleccionaron para diversos cargos en la milicia. La segunda Guerra Mundial propició la participación de más de 2000 psicólogos en el esfuerzo bélico cuya principal contribución consistió en aplicar test, y clasificar a millones de reclutas para asignarlos a varias ramas del servicio.

En Europa, más de 15 millones de personas entraron a formar parte de las fuerzas armadas y dejaron de competir por los escasos trabajos existentes, los ingenieros trabajaron a la par con los psicólogos, promoviendo un crecimiento de la psicología que estaba orientada a los problemas de la productividad en especial al de la fatiga y la monotonía en las fábricas de municiones, armamento y equipo militar, esto creó una nueva rama de la psicología industrial, llamada psicología de la ingeniería y con este suceso, los psicólogos comprendieron que su labor era encontrarles una solución a tales problemáticas (Ardila, 1999).

La segunda guerra mundial fue más importante para la psicología que la primera, un alto porcentaje de psicólogos que antes trabajaban en las universidades fueron llamados a puestos de Investigación y aplicación, se realizaron estudios desde el punto de vista fisiológico y psicológico que demostraron que era importante tenerlos en cuenta por ende la psicología clínica como disciplina independiente nació en esta época con la alta demanda de psicólogos clínicos para tratar los problemas de los soldados (neurosis de guerra).

Fue en esta época cuando la APA (American Psychological Association) reconoce el carácter científico del área y abre la *Division 14 of Industrial and Business Psychology*, que cambia su nombre en 1970 a *Division of Industrial and Organizational Psychology*. En la APA se genera también el primer código de ética con los principios básicos: competencia, integridad, responsabilidad profesional y científica, respeto por la dignidad y los derechos de la gente, preocupación por el bienestar de los demás y responsabilidad social, (Enciso & Perilla 2004).

En USA a partir de 1945, la tecnología así como las empresas tienen un auge notorio, al crear nuevos métodos y técnicas de fabricación, se presenta la necesidad de enseñárselo al obrero, en consecuencia se amplía el campo para los psicólogos especializados en la psicología industrial. En 1970 la psicología industrial también conocida (para este entonces) como la psicología del trabajo comenzaba a tomar fuerza en Europa (Enciso & Perilla 2004).

Por otra parte, en nuestro país González y Olivares (2014) indican que como en casi todos los países del mundo, antes de que se desarrollara y difundiera la ciencia en México, existió una etapa histórica previa al surgimiento de la psicología como ciencia, donde se abordaba el estudio de temas psicológicos, ligados a problemas médicos y filosóficos. No obstante, podemos considerar que la psicología en el sentido moderno nace en 1896, cuando Ezequiel Chávez funda el primer curso de psicología en México, en la Escuela Nacional Preparatoria.

Para 1907 ya existía la *Sociedad de Estudios Psicológicos* primera organización de psicología en nuestro país con once miembros (profesores universitarios distinguidos) entre ellos: Ezequiel Chávez, Enrique Aragón y Manuel Flores. Sin embargo, no es sino hasta la fundación de la “Sociedad Mexicana de Psicología” en 1950, que se inicia propiamente la actividad profesional colegiada de la disciplina psicológica en la carrera de psicología que comienza en 1928 como una especialidad adscrita a la Facultad de Filosofía, UNAM (González y Olivares, 2014).

En México, por el año de 1923 dominaba la orientación clínica, la psicología se encontraba subordinada a la filosofía. En el Distrito Federal se crea e un departamento especializado en el área psicológica con el objeto de reenviar a los nuevos reclutas para el cuerpo policíaco y de tránsito, para lo que se hizo la adaptación del test de Binet, con esta y otras pruebas la Psicología comenzaba una apertura al mercado de las organizaciones (UNAM FCA, 2002).

Por otra parte la investigación comenzó a tomar importancia transformándose en una necesidad, ante la cual surgieron distintos investigadores, entre los cuales se puede mencionar al Doctor José Gómez Robledo, quien hizo contribuciones de relevancia al elaborar pruebas psicológicas, realizar estudios sobre la psicología del mexicano y sobre todo el dar orientación de carácter laboral a la psicología.

Para septiembre de 1929 se creó la Confederación Patronal de la República Mexicana, con el propósito de proteger los derechos empresariales frente a la ley federal del trabajo. Y en 1938, Teléfonos de México funda la Escuela Tecnológica para adiestrar técnicamente a sus trabajadores obrero-patronales y encontrar las soluciones a los problemas (UNAM FCA, 2002).

En industrialización del país, logrando con ello mejores apreciaciones sobre las posibilidades reales de la misma, la importancia de los recursos humanos y su justo valor. Y es así, como el factor trabajador o empleado, fue tomado en cuenta para su mejor capacitación, selección y mantenimiento. Galindo (2004, en: Vargas y Aguilar, 2007). Menciona que en un análisis del desarrollo de la psicología en México hasta 1990, nos habla del enfoque psiquiátrico-psicométrico y su periodo de expansión.

Los personajes más importantes del enfoque (1896-1940) de acuerdo con Gonzáles y Olivares (2014) fueron Ezequiel Chávez, Enrique Aragón, José Gómez Robleda y José Mesa Gutiérrez, de entonces hasta 1958, la psicología se desarrolla principalmente como consecuencia del interés de algunas instituciones estatales,

educativas y jurídicas por sus aplicaciones clínicas y psicométricas según lo muestra el número relativamente grande de test psicométricos traducidos y adaptados a partir de 1916.

En esta época de desarrollo, es notable la influencia de la psicología francesa (Janet, Piéron Ribot) y la alemana (Wundt y Kulpe) así como del psicoanálisis (Freud). En las décadas de 1940 y 1950, la psicología es entendida fundamentalmente como una mezcla de psicoanálisis, psiquiatría y psicometría (Vargas y Aguilar, 2007).

En 1941 el Banco de México incorporó la selección de personal a su organización, creándose así el Departamento de Investigaciones Especiales bajo la dirección del Doctor Alfonso Quiroz Cuarón, el cual se avocó a evitar la contratación de personal con rasgos psicopatológicos. Para 1947 el Banco de Comercio incorporó la selección de personal, a iniciativa del Doctor Germán Herrera, quien utilizó la misma batería de pruebas que tenía el Banco de México.

Para 1949 el *Instituto de Personal* se instaló en el Distrito Federal, éste pretendía brindar servicio a las empresas que no contaban con personal o recursos que les permitieran instalar un departamento psicológico. La psicología se difundía a través de estos esfuerzos. Durante esa época el ingeniero David Mehel introdujo la aplicación de pruebas psicométricas para admisión y promoción de empleados en la empresa de Teléfonos de México (Aguilar y Vargas 2010).

Para 1959 la psicología invadía al sector público, la Comisión Federal de Electricidad contrató varios psicólogos a través de la Sra. Elena Salazar Mayer quien los incorporó a la selección de personal y a la investigación de la psicometría adaptando para uso nacional las pruebas de *Army Beta*, *Dominós*, *Wais* y *Barranquilla*. En el año de 1967 existían formalmente las áreas de psicología del Trabajo y de Psicología Social dentro del plan de estudios de la carrera de Psicología en la UNAM (UNAM FCA, 2002).

En el año de 1967 ya existían formalmente las áreas de Psicología del Trabajo y de Psicología Social dentro del plan de estudios de la carrera de psicología en la UNAM.

La Asociación de Psicólogos Industriales, A. C. Se funda en Mayo de 1970 ante los cambios que se estaban dando a nivel social e industrial, con la inquietud de enriquecer la preparación profesional de los psicólogos orientados al trabajo dando pauta a las funciones de la psicología en la organización (Aguilar y Vargas 2010).

Es por ello que la psicología del trabajo debe trabajar conjuntamente con otras disciplinas afines a su campo de acción para lograr resultado óptimo, atacando con ello los problemas que puedan surgir dentro de las organizaciones. Actualmente, la psicología aplicada a la industria u organizaciones, se especializa en las áreas del personal, el consumidor, la ingeniería humana y organizacional, abarcando todo lo que se refiere al mundo del trabajo (Aguilar y Vargas 2010).

Para 1970 se adopta el término psicología organizacional el cual surge a partir del movimiento de las relaciones humanas en las organizaciones, reivindicando el interés en el empleado, dando la pauta para entender el comportamiento y fortalecer el bienestar del personal en su lugar de trabajo. Esta área representa, en la actualidad, uno de los campos más amplios de aplicación para el psicólogo, considerando variantes: psicología industrial, psicología del trabajo, psicología empresarial, psicología ocupacional, entre otras (Enciso & Perilla 2004).

Cabe mencionar que la Asociación de Psicólogos Industriales, A. C. Se funda en Mayo de 1970 ante los cambios que se estaban dando, y con la inquietud de enriquecer la preparación profesional de los psicólogos orientados al trabajo.

De acuerdo con Gonzales y Olivares (2014) el desarrollo de la psicología en México se presenta segmentado y reducido a diferentes grupos de poder. Así, casi todas las universidades que imparten psicología fomentan su propia asociación,

ofreciendo poco espacio al diálogo interdisciplinario. En este contexto es necesario tener en cuenta algunas fechas en torno al desarrollo de la psicología del trabajo en México:

- La psicología comienza en 1928 como una especialidad adscrita a la Facultad de Filosofía.
- En 1959 fue fundada la carrera de psicología en la Universidad Nacional Autónoma de México.
- En 1973 la carrera se convirtió en Facultad y el psicólogo obtuvo su reconocimiento por la Ley General de Profesiones.
- De 1960 a 1987, el número de escuelas y departamentos pasa de 4 a 66 y el de estudiantes de 1500 a 25000.
- El volumen de la investigación y por consiguiente de las publicaciones, crece constantemente, sobre todo entre 1975 y 1990.

1.3 Papel del Psicólogo Organizacional

Dadas las situaciones sociales, económicas y políticas, era necesario que el psicólogo se enfrentara a una problemática en la cual los recursos humanos eran preparados para hacer frente a la expansión del trabajo y el crecimiento industrial. No importando donde se encuentre empleado, el psicólogo Organizacional debe enfocarse en resolver los problemas humanos creados por la civilización industrial (Aguilar y Vargas, 2010).

El objetivo de los psicólogos especializados en esta rama es conocer cómo un individuo afecta al resto y a la organización en general, y cómo ésta incide sobre el comportamiento de cada uno de los individuos. Aamodt (2010) expresa que, aun cuando se busca que la psicología aumente la productividad de las organizaciones y el bienestar de los trabajadores, existen dos perspectivas para lograrlo.

La primera perspectiva es la industrial, que se enfoca en la dirección hacia las competencias necesarias para realizar el trabajo, contar con trabajadores que tengan tales competencias y aumentarlas con capacitación. La segunda es la organizacional, que crea una estructura y una cultura que motivará a los trabajadores a desempeñarse eficazmente, les dará la información necesaria para hacer su trabajo y les proporcionará condiciones seguras, que propicien un ambiente de trabajo agradable y satisfactorio, ya que al actuar sobre estas interrelaciones, es posible optimizar diferentes variables en beneficio de las personas y de la organización.

Landy y Conte (2005) retoman el dominio de la psicología en el ámbito organizacional, mencionando que se trata de la aplicación de lo psicológico, de la teoría y de la investigación en un escenario laboral, de este modo el Psicólogo tiene la obligación de aplicar sus conocimientos en el área para trascender las limitantes físicas del lugar de trabajo, influyendo de tal modo que otros elementos intervengan en el comportamiento organizacional.

Con base en lo anterior se puede decir que el psicólogo en el ámbito de las organizaciones observa la conducta humana en circunstancias laborales diversas con el fin de conocer el efecto que producen en el personal así como en la empresa. Los datos obtenidos a partir de esos estudios sirven para determinar las circunstancias laborales que dan lugar a un mayor rendimiento, tomando un papel importante, ejerciendo en el desarrollo de su disciplina que algunas veces la trasciende y otras, se aleja de la misma (Enciso & Perilla, 2004). Dentro de una empresa o institución, el psicólogo organizacional cumple muchas tareas y funciones, entre las cuales se encuentran las siguientes:

- Organizar, dirigir y planear toda actividad humana que se lleve a cabo en la institución, así como las relaciones entre los diferentes trabajadores;

- Actuar a través de la aplicación de las habilidades conductuales y cognitivas para dar solución a un problema que pueda afectar contra el clima de trabajo apoyándose de la observación, la descripción, el análisis y el diagnóstico de los inconvenientes en las relaciones interpersonales;
- Prevenir conflictos, el psicólogo debe poner atención a cualquier posible problema que pueda afectar contra el bienestar de la organización valiéndose de procedimientos varios tales como: entrevistas personales, encuestas o cuestionarios que permitan a los empleados expresar sus inquietudes y sugerir mejoras;
- Identificar cualquier factor que influya negativamente en el rendimiento de los trabajadores y alertar a los superiores si cree necesario llevar a cabo ciertos cambios para asegurar la consecución de los objetivos de la empresa;
- Observar y analizar todos los factores que puedan afectar la percepción que tiene el público sobre la organización y sugerir las estrategias pertinentes para mejorar;
- Procurar que los consumidores obtengan los productos y servicios que desean, a través de estudios cualitativos y propuestas enfocadas en mejorar la comunicación con el público.

Por su parte Olivares y Gonzáles (2014) indican las distintas funciones en las que está inmerso el psicólogo organizacional actualmente, selección, evaluación y orientación de personal. En esta área se pueden desarrollar las siguientes actividades:

- Selección y evaluación de personal;
- Análisis de los requerimientos del puesto de trabajo;
- Determinación de factores críticos en el desarrollo del trabajo;
- Diseño y aplicación de instrumentos y técnicas de evaluación;
- Realización de entrevistas de evaluación y selección;

- Observación del trabajo, entrevista con supervisores y trabajadores para la determinación de requisitos físicos, cognitivos y de formación;
- Desarrollo de técnicas de entrevistas, escalas de valoración, y tests psicológicos para evaluar habilidades y aptitudes;
- Realización de dinámicas de grupo y técnicas cualitativas para la evaluación y toma de decisiones en materia de personal;
- Aplicación de pruebas de aptitud, personalidad, motivación y adecuación al puesto de trabajo;
- Evaluación de condiciones específicas tales como peligrosidad, armas, conducción, autocontrol, tolerancia al estrés.
- Realización de informes de evaluación;
- Evaluación del potencial;
- Análisis de necesidades en el trabajo;
- Búsqueda de empleo, orientación profesional, planificación y desarrollo de carreras;
- Acciones para la adquisición de personal, para la mejora cuantitativa de los recursos humanos, desde el punto de vista de las empresas y organizaciones públicas o privadas y desde el punto de vista del trabajador;
- Procurar que los consumidores obtengan los productos y servicios que desean, a través de estudios cualitativos y propuestas enfocadas en mejorar la comunicación con el público.

Además de las anteriores el Psicólogo organizacional se vale de herramientas, baterías e instrumentos, psicométricos cualitativos y cuantitativos, para conocer la situación actual de la empresa u organización, tal es el caso de la elaboración y análisis de la Matriz FODA.

1.4 Matriz FODA

Realizar diagnósticos en las organizaciones laborales es una condición para intervenir profesionalmente en la formulación e implantación de estrategias y su seguimiento para efectos de evaluación y control, La matriz FODA, como instrumento viable para realizar análisis organizacional en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas, es una alternativa que motivó a efectuar el análisis para su difusión y divulgación (Ponce, 2007).

El propósito principal del Análisis FODA es la generación de estrategias que permitan a la organización conectar sus acciones con las posibilidades (oportunidades) que puedan aprovechar en su entorno externo, prepararse para enfrentar los peligros (amenazas) apoyándose en sus fortalezas y reduciendo el impacto negativo que pueden tener sus debilidades (Codina, 2011).

Lazzari y Maesschalck (2002) mencionan que el análisis FODA es un planeamiento realizado por las empresas para lograr una mejor adaptación al ambiente, generado ideas con respecto a la empresa, siendo una herramienta valiosa en la recopilación de información de la situación actual de la empresa u organización; Mediante el empleo de esta matriz FODA, se formulan las estrategias que permiten a una organización alcanzar objetivos a largo plazo (Arias y Heredia 2006).

El término FODA se conforma por las primeras letras de las palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, en español, estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT, aludiendo a strenghts, weaknesses, opportunities, threats (Ponce, 2007). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas, en cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

El análisis que se realiza de los aspectos externos o del ambiente, se agrupan bajo los conceptos “oportunidades” y “amenazas”, mismos que se refieren a la relación entre el estado en el que se encuentran actualmente las variables y el estado esperado en un futuro determinado. Los aspectos internos de la empresa se agrupan bajo los conceptos “fortalezas” y “debilidades”, el análisis que se realiza de ellos se refiere a la relación entre el estado actual de la variable en análisis y el estado futuro necesario para el sostenimiento de la competitividad en general (Lazzari & Maesschalck, 2002).

Complementando lo anterior McConkey, 1988; Stevenson, 1976 (en: Ponce, 2002) mencionan que una fortaleza es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos. Henry, 1980 (en: Ponce, 2002) Dice que una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil.

Retomando lo dicho por los autores definimos para este trabajo a las fortalezas y debilidades como:

Fortalezas:

Cuestiones al interior de la organización como la capacidad de trabajo, los estudios al respecto o cuánto quieres hacer crecer tu emprendimiento. Es decir, la fortaleza es la capacidad o recurso que se tiene para alcanzar los objetivos.

Debilidades

Las Debilidades también son parte del aspecto interno que minimizan las posibilidades de éxito.

Oportunidades:

Todos aquellos factores que resulten positivos al exterior de la empresa u organización, es decir con el contexto y que potabilicen un mayor éxito de la organización.

Amenazas

Al igual que las oportunidades, son externos a la empresa; aquellas situaciones que atenten contra el desarrollo de la organización, si bien no podrá ejercer influencia sobre estos cambios, sí se puede estar más preparado para enfrentar el riesgo que suponen y para tomar mejores decisiones.

1.5 Relación entre las variables del FODA: Análisis estratégico mediante la matriz MAFE

De acuerdo con lo propuesto por David (1997, en: Ponce, 2002) Una vez efectuada la matriz FODA con su listado de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas correspondientes, la siguiente etapa es realizar una matriz que se deriva de la anterior: la denominada primeramente como MAFE (amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas), desarrollando cuatro tipos de estrategias:

Estrategias FO: Se aplican a las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.

Estrategias DO: Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

Estrategias FA: Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.

Estrategias DA: Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno. En realidad, una empresa así quizá tiene que luchar por su supervivencia, fusionarse, reducirse, declarar la quiebra u optar por la liquidación.

Por su parte López (2011) dice que es indispensable definir las **estrategias** que seguirán para aprovechar todos los elementos que fueron identificados por la matriz **FODA**. Para esto se puede construir una *matriz en que se relacionen los 4 grupos de factores generados*:

1. Fortalezas- Oportunidades: Estas son las mejores estrategias para sacar el máximo provecho de las oportunidades que se presentan. No podemos aprovecharlas si no tenemos desarrolladas las fortalezas que necesitamos. Si hay oportunidades muy importantes y no tenemos fortalezas para sacar provecho de éstas, considera su desarrollo o la incorporación de aliados o entidades externas que si las tengan.
2. Debilidades – Oportunidades: Estas estrategias se generan para reducir o eliminar las debilidades de tal manera que no inhiban el aprovechamiento de las oportunidades que tenemos. Es conjunto con las estrategias MAX-MAX, nos llevan a sacar el máximo provecho posible de las oportunidades que se presentan en el entorno.
3. Fortalezas – Amenazas: Estas estrategias se desarrollan para identificar las vías que necesitamos para reducir los efectos negativos de las amenazas que se presentan en el entorno. Las fortalezas bien canalizadas, nos protegen y nos hace menos vulnerables a estos factores para mejorar nuestras posibilidades de éxito en el entorno.
4. Debilidades – Amenazas: Estas estrategias son muy importantes para prevenir que las amenazas nos debiliten a través de la vulnerabilidad que las debilidades nos generan. Estas estrategias son hechas como un plan defensivo contra el entorno.

Para el análisis FODA, una vez identificados los aspectos fuertes y débiles de una organización se debe proceder a la evaluación de ambos. Es importante destacar que algunos factores tienen mayor preponderancia que otros: mientras que los aspectos considerados fuertes de una organización son los activos competitivos, los débiles son los pasivos también competitivos. Pero se comete un error si se trata de equilibrar la balanza. Lo importante radica en que los activos competitivos superen a los pasivos o situaciones débiles; es decir, lo trascendente es dar mayor preponderancia a los activos (Ponce, 2002).

II. Centro Cultural Iztacala

2.1 La UNAM: Historia contexto y desarrollo

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), *máxima casa de estudios* de nuestro país, es una de las más antiguas universidades en el continente americano y de acuerdo con los QS World University Rankings 2016-2017, es la institución académica mejor posicionada de nuestro país (La Jornada, 2016).

Nuestra Universidad ha cambiado de nombre a lo largo de los siglos, adaptándose a las circunstancias políticas, se fundó en el siglo XVI, poco tiempo después de la conquista, perduró durante la época colonial como institución clave del poder peninsular en la Nueva España, llegó a su decadencia a principios del siglo XIX, desapareció en 1865, para volver a nacer con nuevas estructuras, funciones y un papel diferente a principios del siglo XX (Marsiske, 2006).

De acuerdo con la UNAM (2015), si hay algún personaje al que se debería dar crédito en la construcción de tan emblemática institución es, sin duda, a Justo Sierra Méndez, profesor por décadas de la Escuela Nacional Preparatoria y Secretario del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes durante el último periodo presidencial del General Porfirio Díaz.

Cabe señalar que a lo largo de su historia la Universidad ha pasado por varios eventos fundamentales, la crisis de 1999 provocada por una huelga estudiantil que cerró la Universidad Nacional Autónoma de México por diez meses, para reinventarse a partir del año 2000 acorde a los requerimientos de una competencia internacional de generación de saberes y formación de mejores profesionistas (Marsiske, 2006).

La Universidad Colonial de México fue fundada por la Real Cédula del 21 de septiembre de 1551, es decir, a treinta años de la llegada de los españoles a

territorio novohispano. La mencionada Real Cédula establece que la nueva fundación gozaría de tantos privilegios como la Universidad de Salamanca; asimismo, prescribió que el Virrey y la audiencia se ocuparían de todo lo relativo a su puesta en marcha y organización (Marsiske, 2006).

El Rey, por haber fundado la Universidad era su patrono, es decir se ocupaba del sustento de la misma y podía dictar los estatutos de la nueva institución. Esta situación era atípica para la época, ya que las universidades solían estar regidas por clérigos y los obispos entregaban los títulos. Sin embargo, en 1551 no existía una iglesia consolidada en la Nueva España, ya que las órdenes religiosas estaban ocupadas con la evangelización y los obispos tenían poco poder. Esta situación anómala llevaría a muchos conflictos en los siguientes años, pero en la práctica, eran las normas salmantinas las que se aplicaban, aunque no siempre coincidían con la realidad novohispana (Marsiske, 2006).

La Real Universidad de México sólo a fines del siglo XVIII empezó a llamarse a sí misma Real y Pontificia, de acuerdo con el portal de la UNAM (13/02/2017). La *Real y Pontificia Universidad de México fue la primera Universidad en el continente americano fundada en nuestro país. El obispo Fray Juan de Zumárraga en 1540 dio instrucciones para que se pidiera al rey de España que “mande en todo caso establecer y fundar en esta gran ciudad de México, una Universidad en que se lean todas las facultades que se suelen leer y enseñar en otras universidades...”* (*Gran Diccionario Enciclopédico de México Visual*, de Humberto Musacchio en: UNAM, 2015).

Los estudios en la Universidad estaban organizados por facultades: la Facultad menor o de Artes y las cuatro facultades mayores de Medicina, Derecho Civil o Leyes, Derecho Eclesiástico o Cánones y Teología. La Facultad de Artes, que correspondía aproximadamente a la actual enseñanza preparatoria, requería de tres años de estudio en la cátedra de lógica y en la de filosofía. Una vez obtenido el

bachillerato en artes, los estudiantes podían pasar a cualquiera de las cuatro facultades mayores (Marsiske, 2006).

El año de 1910 supone una posibilidad, la de consolidar, desde el Ministerio de Instrucción, la puesta en marcha de una “nueva” Universidad, con un objetivo claro y expresado por el mismo Sierra: “mexicanear” el conocimiento. Los esfuerzos discursivos de Justo Sierra se encaminaban a deslindar al nuevo proyecto universitario. Por tal motivo recurrió al carácter laico que cobraría la nueva institución y se apegó al método científico como única vía para alcanzar el conocimiento (UNAM, 2015).

En este año Sierra definió los ejes bajo los cuales se organizaría ésta y se da a la tarea de presentar las razones de su fundación a los diputados, siendo bastante hábil para distinguir entre el quehacer científico y el campo de acción político del gobierno. Lo que les presentó fue simple: jurídicamente el Estado, a través de sus instituciones, daría el visto bueno y estaría al tanto de las funciones universitarias, pero al interior la Universidad se regiría por su propia dinámica, lo que se verá reflejado en la Ley Constitutiva de Universidad, expedida el 26 de mayo de 1910 (UNAM, 2009).

Después de una huelga estudiantil que duró del 6 de mayo al 10 de junio de 1929 se obtuvo la autonomía, es desde entonces que su nombre oficial cambia a Universidad Nacional Autónoma de México.

A lo largo de unos 300 años esta universidad sucumbió varias veces y resucitó otras tantas, hasta que finalmente se termina, por decreto de Maximiliano, el 30 de noviembre de 1865. Hoy existe una Universidad Pontificia bajo el cargo de la Iglesia Católica, pero no parece ser continuidad de aquella de los tiempos novohispanos; y tampoco se puede asegurar que se ha continuado en nuestra actual Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM, 2015).

El 21 de septiembre de 1910, en “solemne ceremonia” presidida por el presidente de la república, General Porfirio Díaz, se inauguró la Universidad Nacional de México. El hecho se verificó en el Anfiteatro de la Escuela Nacional Preparatoria. Su inauguración fue el final a las fiestas del centenario de la Independencia de México.

De acuerdo con la UNAM (2009), al insistir en la particularidad de la Universidad Justo Sierra, desestancaba su perfil vanguardista; en pos de un proyecto educativo progresivo y universal, con sentido evolutivo y voluntarioso, destacando que los universitarios: “sois un grupo en perpetua selección dentro de la sustancia popular, y tenéis encomendada la realización de un ideal político y social que se resume así: democracia y libertad”.

2.2 Difusión y extensión de la cultura como parte de las funciones sustantivas de la Universidad

La Dirección General de Difusión Cultural se creó en 1947 con el propósito de integrar las principales actividades de difusión de la cultura de esta Universidad; en 1977, se creó la Coordinación de Extensión Universitaria, con el objetivo de sistematizar las actividades de extensión cultural de las dependencias que se derivaban de la Dirección. En marzo de 1986, bajo el rectorado del Dr. Jorge Carpizo, se creó la Coordinación de Difusión Cultural fusionando lo que hasta entonces habían sido la Coordinación de Extensión Universitaria y la Dirección General de Difusión Cultural (Cultura UNAM, 2014).

Graue (2017) resalta el papel insoslayable de la institución en el devenir de México, basa sus cimientos en la generación, transmisión, divulgación y aplicación del saber, posible gracias a su autonomía, la libertad de cátedra, la participación colegiada y a la laicidad, retomando el sentido de identidad y orgullo de pertenencia de su comunidad.

Todas estas prácticas que hasta hoy ha mantenido la Universidad, cuya defensa y preservación han sido cruciales en los momentos más complejos de su historia, son un compromiso que la Universidad Nacional Autónoma de México tiene con la sociedad mexicana, conservando, generando y transmitiendo el conocimiento científico, técnico, humanístico y artístico, mediante la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

Por otra parte, es interesante relacionar algunos eventos sobresalientes que marcaron el rumbo de la dependencia, con quienes fueron partícipes en las decisiones y las acciones que de ellas se desprendieron. La FES Iztacala y las otras cuatro Facultades de Estudios Superiores (Acatlán, Aragón, Cuautitlán y Zaragoza) fueron concebidas en el marco de las actividades de descentralización que echó a andar quien a principios de los años 70's era el rector de nuestra Universidad, el Dr. Guillermo Soberón Acevedo (Universidad Nacional Autónoma de México, 2015).

Unos años antes, se había iniciado el proyecto de diversificación de la oferta educativa a nivel bachillerato, a través de la apertura de las diferentes planteles del Colegio De Ciencias y Humanidades (CCH) y las primeras generaciones estaban por egresar, lo cual enfrentó a la UNAM con una gran problemática de ofrecer a estos jóvenes los suficientes espacios en el nivel Superior, además de que aquellos otros provenientes de diferentes escuelas y entidades federativas que también solicitaban su incorporación a las diferentes carreras universitarias (Universidad nacional Autónoma de México, 2015).

Ante esta perspectiva el 1973 el Dr. Soberón impulsó, en el Consejo Universitario la creación de cinco Escuelas Nacionales De Estudios Profesionales, cuatro de ellas en el Estado de México (Acatlán, Aragón, Cuautitlán, Iztacala) y una en el Distrito Federal (Zaragoza) con esta acción la UNAM dio el primer paso sólido hacia la descentralización de actividades en Ciudad Universitaria. Así, se abrieron nuevas entidades académicas con cerca de 20 mil espacios nuevos para los estudiantes

mexicanos. Es decir, este programa, que por cierto, representa el más ambicioso en la historia de la universidad, buscó resolver la gran demanda de ingreso de estudiantes a nivel profesional y evitar la concentración de instalaciones en un sector de la ciudad universitaria (Fernández Varela, 1982. En: UNAM, 2015).

La Escuela Nacional de Estudios Profesionales Iztacala inició actividades el 19 de marzo de 1975, bajo la dirección del Dr. Héctor Fernández Varela Mejía quien fue designado el primer director del plantel, el 27 de enero de este mismo año se ofertaron las licenciaturas de Biología, Médico Cirujano, Cirujano Dentista y Psicología, y enfermería a nivel técnico, es decir, las disciplinas desde el principio han estado centradas en la salud, el ambiente y la educación. Los planes de estudio que se pusieron en funcionamiento eran aquéllos que se seguían respectivamente en las Facultades de ciencias, medicina, odontología y psicología de Ciudad Universitaria, así como en la escuela nacional de enfermería y obstetricia (UNAM, 2015).

La Coordinación de Difusión Cultural (Cultura UNAM, 2014) orienta sus acciones hacia la difusión y creación de las expresiones culturales y artísticas en todos sus géneros, así como los conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos que se desarrollan en la Universidad; para lo cual consolida vínculos con dependencias universitarias y con otras instituciones para la realización de proyectos culturales conjuntos; respalda e impulsa los programas que las entidades del Subsistema de Difusión Cultural desarrollan para acercar a estudiantes y maestros a las actividades artísticas y culturales.

Aunado a lo anterior, favorece la participación de las dependencias en foros artísticos nacionales e internacionales y fortalece los trabajos de difusión de las dependencias del Subsistema a través de diferentes medios de comunicación impresos y electrónicos. Además, administra los recintos que integran el Centro Cultural Universitario y cumple con las obligaciones suscritas en el Mandato del

Antiguo Colegio de San Ildefonso para que éste funcione como centro cultural en el Centro Histórico de la Ciudad de México (Cultura UNAM, 2014).

Promoviendo la creación en los diferentes terrenos del arte, y difundir las expresiones culturales y artísticas en todos sus géneros, así como los conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos que se desarrollan en la Universidad, para enriquecer la formación de los alumnos, beneficiar lo más ampliamente posible a toda la sociedad mexicana y fortalecer la identidad nacional.

2.3 La promoción cultural en la FES Iztacala

La Facultad de Estudios Superiores Iztacala (FESI) es una entidad académica descentralizada perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México, preocupada por el progreso la calidad y eficiencia de su cuerpo estudiantil, de acuerdo con su portal web tiene por misión, visión y valores:

MISIÓN:

Formar profesionales altamente competentes a nivel licenciatura y posgrado, con una sólida formación científica, técnica y humanística, capaces de dar respuesta a la demanda social del país en los ámbitos de la salud, la educación y el ambiente.

VISIÓN

Consolidarse como un polo de desarrollo académico, profesional y cultural de excelencia, formadora de recursos humanos en las áreas de las Ciencias Biológicas y de la Salud, así como de las Ciencias Sociales, con actitud emprendedora e innovadora, compromiso social y alta calidad humana, presencia y participación a nivel nacional e internacional, otorgando prioridad a su entorno de influencia.

VALORES

Compromiso institucional:

Identidad, lealtad y confianza hacia la institución, su misión, principios y propósitos, ofreciendo el mejor esfuerzo personal en beneficio de nuestra sociedad.

Responsabilidad:

Cumplimiento cabal a los compromisos adquiridos por y para la institución, realizando de manera eficaz y eficiente las tareas encomendadas.

Constancia y prestigio:

Preservarse como un polo de desarrollo académico y cultural consistentemente establecido, con impacto y reconocimiento social.

Calidad:

Lograr la excelencia en nuestros servicios educativos para sustentar la misión y la visión propuestas.

Profesionalismo:

Asumirse competente y responsable para la evaluación, diseño y puesta en práctica de soluciones alternativas, relativas a la demanda social que nos impele y determina.

Creatividad:

Constancia y originalidad en la generación de ideas, propósitos y valores dirigidos al desarrollo científico, tecnológico y cultural de la institución.

Eticidad y cultura laboral:

Espíritu que permita el respeto, la pluralidad, así como un ambiente de trabajo participativo, cooperativo e institucional, que impacte en una mejor calidad de vida de nuestra comunidad universitaria.

La FESI se encuentra organizada por diferentes áreas de apoyo que realizan actividades en común para el funcionamiento adecuado de la Facultad, basadas en las funciones sustantivas de la Universidad. De acuerdo con el texto *“FES Iztacala 40 Años Forjando nuestro Futuro”* (UNAM, 2015) en junio de 1978 la sección de actividades artísticas y culturales inició labores; en un inicio se presentaron sólo los espectáculos que de manera semanal la dirección general de actividades socioculturales enviaba a la Facultad, después de 6 meses se comenzaron a contratar por cuenta propia, eventos con instituciones culturales particulares así como artistas independientes.

Al poco tiempo, para incluir al alumnado en las actividades culturales de la Facultad ingresó un profesor de danza regional, quien formó un taller con 55 participantes. Este hecho constituyó un parteaguas para que en enero de 1981, la sección se convirtiera en Departamento, con los que se redefinieron sus tareas, orientadas desde entonces a la organización, promoción y difusión de eventos de índole cultural y de entretenimiento, al igual que la creación de talleres artísticos; Incluso se creó una estudiantina que apoyaba en algunas celebraciones y ceremonias dentro del plantel (*FES Iztacala 40 Años Forjando nuestro Futuro*, UNAM, 2015).

Actualmente y de acuerdo con el *Plan de Desarrollo Académico Institucional de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala* (2012) una de las funciones sustanciales de la Universidad es el impulso a la vida cultural, que se desarrolla a partir de las acciones que se habrán de implementar para promover y diversificar las actividades culturales, contando con una oferta cultural de calidad que abarque sus diversas expresiones; siendo la cultura un elemento indispensable de la educación.

En consecuencia la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, precisa promover actividades culturales; valiéndose de un conjunto de acciones y metas organizadas para tener una oferta cultural de calidad entre las que destacan:

- Impulsar la vinculación con las actividades culturales que ofrece la UNAM y otras entidades externas, para incrementar anualmente en el número de actividades culturales.
- Ampliar la oferta cultural a las clínicas periféricas.
- Promover la práctica de actividades artísticas y culturales por parte de la comunidad para incrementar la asistencia y la práctica de estudiantes, académicos y trabajadores en actividades artísticas y culturales. Impulsar actividades culturales itinerantes en las clínicas periféricas.

La Coordinación de Promoción Cultural y Divulgación de la Ciencia (CPCyDC), promueve que la comunidad adquiera una visión amplia de la cultura, además de colaborar en la formación integral de profesionales comprometidos con su entorno social y fomentar que la comunidad genere sus propias expresiones culturales.

De acuerdo con el *Catálogo de Servicios SDRI (2015)*, la CPCyDC contempla cinco rubros, la promoción cultural, el fomento de la creatividad cultural, la divulgación de la ciencia, proyectos especiales y servicios. La primera fomenta la actividad cultural como parte de la educación integral de nuestra comunidad, por medio de la oferta de expresiones académicas, científicas, artísticas y humanísticas como, conferencias, conciertos, ciclos de cine, jazz blues, teatro, danza, entre otras.

2.3.1 Instalaciones

El 9 de mayo del 2002, la FES Iztacala se vistió de arte, música y fiesta durante la jornada en la que se inauguraron el Centro Cultural Iztacala y la obra mural donada por el Mtro. Luis Nishizawa. El edificio fue pensado para mantener una arquitectura minimalista y elegante que se acoplara a los edificios emblemáticos de la UNAM.

En la parte exterior se encuentra la zona de taquilla y una explanada de más de 120 m así como el acceso principal con 4 puertas dobles plegadizas. Una vez dentro, se puede apreciar una amplia galería de 260m, con 2 accesos sobre un costado del Centro Cultural, contando con una amplia cafetería para brindar el servicio, de ser requerido (UNAM SDRI, 2015).

Se tiene un salón de ensayos acondicionado con espejos y duela, tanto para los talleres como para la recepción de invitados. Se tiene un amplio acceso a la parte trasera del escenario para poder introducir el equipo necesario para las actividades.

En uno de los extremos del escenario se encuentra el área destinada para esperar el ingreso al mismo, además de ser lo bastante amplio para mantener el equipo que sean innecesario en el escenario. También se tiene el honor de contar con un Pódium emblemático hecho en su totalidad de madera por el museógrafo del Centro Cultural, alusivo a la FESI y a la UNAM.

El piso del escenario es de duela, mide 80 m², la parte trasera es usada como ciclorama para proyecciones, hay 2 telones, uno interior y exterior, el primero operable desde el escenario y el segundo desde cabina. Se tiene una capacidad máxima de 475 asistentes con 3 salidas de emergencia y una entrada principal.

Existen 3 pasos de “Gato” a 10m de altura, en los cuales se ubican las luces que son operadas desde cabina, se cuenta además con un piano Steinway and Sons de media cola para las presentaciones, y uno vertical para prácticas.

2.3.2 Actividades

La oferta Académica y Cultural que alberga el Centro Cultural Iztacala y que coordina la CPCyDC es diversa, siendo un punto de reunión natural y de encuentro entre estudiantes, académicos, investigadores, administrativos y población aledaña a la Facultad. Algunas de las actividades que el Centro Cultural Iztacala (CCI) ofrece

para ésta población, son los Talleres Artísticos y culturales, cuyos profesores son de gran importancia para fomentar el desarrollo artístico en los alumnos que atienden, además de un gusto y aprecio por las Artes en general.

La promoción cultural, es una opción de formación complementaria que activa las habilidades y sensibilidad artística de nuestra comunidad de manera que genere sus propias expresiones culturales, mediante la oferta de los siguientes Cursos y Talleres:

- Piano
- Danza Regional
- Teatro
- Taller Huasteco
- Danza Polinesia
- Fotografía
- Guitarra Clásica
- Pole Yoga
- Creatividad Literaria
- Composición
- Danza Aérea
- Coro Universitario
- Apreciación Musical
- Ballet Clásico
- Coro Iztacala
- Belly Dance
- Meditación

La divulgación de la ciencia mantiene y fortalece las actividades de ampliación del conocimiento sobre las áreas específicas de la ciencia, colaterales y complementarias de la currícula de las carreras de nuestra Facultad, mediante la

organización de actividades como conferencias, coloquios, congresos, exposiciones de ciencia y tecnología y visitas guiadas. Los proyectos especiales promueven el sentido de identidad institucional y pertenencia entre la comunidad iztacalteca, por medio de actividades específicas y/o relacionadas con fechas tradicionalmente significativas:

- Actividades Culturales del Aniversario de la FESI
- Aniversario del Centro Cultural
- Encendido de la Ofrenda del Día de muertos
- Festival Iztacalaveras
- Festival de Expresión Artística de la Comunidad Universitaria

Los servicios que brinda son la coordinación de espacios abiertos para desarrollar festivales artísticos, actividades académicas, tecnológicas y científicas en apoyo a las propuestas de la comunidad universitaria, videoconferencias, diseño y museografía para el montaje de exposiciones, audio y música ambiental, cafetería, taquilla, creación y asesoría de obras artísticas.

2.3.3 Áreas de Servicio

Para cumplir eficazmente las funciones sustantivas, la Coordinación de Promoción Cultural y Divulgación de la Ciencia, tiene a su cargo cinco áreas (ver anexo1.):

1. Promoción Cultural, responsable de organizar los talleres artísticos y culturales, el seguimiento contractual de los profesores que imparten los talleres y de los alumnos inscritos, elabora trípticos, tablas de precios, tarifas y descuentos, compila expedientes y entrega de credenciales, monitoreo redes sociales, difusión del programa cultural mensual en la comunidad

- universitaria de la Facultad, gestiona con instancias de comunicación universitaria y externa, apoya la logística general de las actividades.
2. Logística, elabora el calendario con la programación de actividades y da seguimiento a la misma, procesa el informe mensual de actividades, da seguimiento a los indicadores propuestos (informe trimestral), elabora el *Acopio* (informe anual), además se hace cargo del envío de información para el boletín semanal, elabora constancias, enlace con el área Comunicación Social, apoya la logística general de las actividades.
 3. Administrativa, realiza el control presupuestal, presupuestos e inventarios, revisa los insumos indispensables para el desarrollo de actividades, realiza también los requeridos, apoya en la logística general de las actividades.
 4. Audiovisual, responsable del audio, video e iluminación dentro y fuera del Auditorio del Centro Cultural, distribuye material de difusión, adquiere material técnico adecuado, apoya la logística en eventos dentro y fuera de la Facultad.
 5. Museografía, necesaria para el montaje de exposiciones en la Facultad así como la elaboración de la imagen institucional. planeación y levantamiento de stands educativos, provee obras y colecciones de primer nivel que puedan exhibirse en las galerías del Centro Cultural de la FES Iztacala, creación de paquetes promocionales de identidad y la producción sistemática de obras artísticas en espacios y oficinas estratégicas del campus universitario.

2.3.4 Principales logros

En 2005, en el marco de la celebración del XXX aniversario la Facultad se vistió de gala con los conciertos de la cantante Eugenia León y del músico de jazz Erik Truffaz. Además se realiza el programa especial *La noche de concierto*, el cual contó con la apertura del Eblen Macari Trío; se abre la exposición de la obra gráfica del Mtro. José Luis Cuevas; y se presentó la obra *En un lugar de la Mancha*, con motivo del aniversario *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*. Para el 2006, tuvo

lugar el Festival Cultural de Bienvenida, el concierto de la Banda Sinfónica de la Escuela Nacional de Música y la celebración del 196 aniversario de la Independencia de México.

En 2007, se puso en marcha el proyecto MUSEUNAM, qué consiste en acuerdos de colaboración cultural con el Museo Nacional de las Culturas, el museo de la Caricatura (Ciudad de México) la Escuela Nacional De Artes Plásticas de la UNAM (planteles Xochimilco y San Carlos) y la Escuela Nacional de la Conservación y Restauración y Museografía del Instituto Nacional de Antropología e Historia, así como el CONACULTA y la UNESCO (UNAM, 2015). En 2010, el grupo Omeyan Theatron de la Facultad ganó el primer lugar en el Festival de Teatro Universitario en las categorías de mejor actor, mejor actriz, mejor escenografía y mejor obra teatral.

Tres años después en 2013, la Coordinación destacó con la organización de la Cruzada del Arte por la Paz; la presentación de la mejor crotalista del mundo y *Prima Ballerina*, la señora Sonia Amelio; la realización del FESIztacalaveras, en el que se expusieron cuatro ofrendas del Día de Muertos; el concierto de Saúl Hernández vocalista de Jaguares y Caifanes, el homenaje a Don Francisco Gabilondo Soler “Cri-Cri”, por parte del actor Mario Iván Martínez; la conferencia magistral del Dr. Sergio Alcocer y el reconocimiento al Dr. Héctor Fernández Varela Mejía, quien es el director fundador de esta entidad (UNAM, 2015).

La Universidad Nacional Autónoma de México (2015) indica que en 2014 se organizaron 488 actividades, de las cuales 120 correspondieron a visitas guiadas, 82 a talleres y cursos, 75 ceremonias, 49 exposiciones, 46 conferencias, 30 muestras de cine, 26 conciertos, 16 eventos de danza y 13 obras de teatro, destacan la presentación de la Orquesta Juvenil Eduardo Mata, encabezada por el Director huésped Iván López Reynoso, y la Fiesta del libro y la Rosa, por segunda ocasión, con apoyo a la coordinación de divulgación cultural de la UNAM, la Facultad tuvo la

fortuna de contar con el concierto de danza que ofreció la Sra. Sonia Amelio. Estas actividades contaron con más de 116 mil asistentes.

En 2015, se contó con los conciertos de la Orquesta Filarmónica de la UNAM, el grupo Maskatesta, Eddie y los Grasosos, esto en el marco del festejo del “40 aniversario de la FESI” (UNAM, 2015).

III. Propuesta “Estrategias de mejora en los procesos Operativos del Centro Cultural Iztacala”

3.1 Justificación

Las manifestaciones artísticas permiten adaptarnos a distintos soportes para la transmisión del conocimiento, sirviendo además, para el cuidado de la salud cognitiva y corporal de la humanidad, nos resguardamos en ellas para encontrar un equilibrio, un sentimiento de identidad y pertenencia a un grupo; ante situaciones adversas sirve para replegarnos sobre nosotros mismos y recordar quiénes somos, y por otro lado nos sirve para expresarnos (Mendoza, 2015).

El profesional de la psicología dentro de una organización perteneciente al área cultural, contribuye al fortalecimiento de los procesos de formación en gestión cultural consiguiendo un mejor desarrollo del mismo, pues, la presencia del componente cultural ha sido de vital importancia en el proceso de conformación de una comunidad de naciones, generando alternativas positivas, ampliando la creatividad y la cooperación de una comunidad cultural, a diferencia de otras que se han conformado a partir de perspectivas meramente económicas y comerciales (UNESCO 2005).

El psicólogo como gestor cultural puede desarrollar su actividad profesional en diferentes áreas, tanto públicas como privadas. Utilizando las mismas técnicas de gestión que cualquier otro profesionalista, con responsabilidad sobre la administración de recursos potenciales a fin de cumplir objetivos determinados.

De acuerdo con las políticas culturales de la UNESCO (2005), a partir del 2002 se inicia la incorporación y profesionalización de representantes encaminados a realizar tareas a fines de una gestión cultural, buscando servir como un nexo entre las instituciones, las comunidades artísticas y el público, cuya tarea es generar

propuestas y formas de promover la actividad artística acorde a las necesidades sociales de la comunidad.

Al estudiar el comportamiento humano dentro de una organización en función de su participación en factores tales como la cultura, el clima laboral, la motivación, el liderazgo, la toma de decisiones, la comunicación, la productividad y la satisfacción laboral, el psicólogo tiene las herramientas necesarias para garantizar un óptimo desarrollo dentro del área, retomando el estudio, diagnóstico, coordinación, intervención, además del control que contribuye tanto a la eficacia como a la eficiencia mediante la gestión del desarrollo del talento humano.

La Psicología Organizacional como ciencia investigativa recoge información sobre la conducta de las personas incorporando el talento humano sistemáticamente, ayuda a conocer y explicar el comportamiento de las personas y en algunas oportunidades, a predecir sus acciones futuras (Guevara, 2012), tiene por tareas, fomentar la satisfacción de los empleados con respecto a su trabajo, así como proponer y desarrollar estrategias para incrementar la motivación de un equipo o grupo, desarrollar procedimientos de selección, colocación, capacitación, promoción y retención del personal, apoyar el incremento de la productividad mediante el adecuado uso de sus recursos, participando en las estrategias de divulgación pertinentes a los fines de la institución orientando en liderazgo, negociación y toma de decisiones.

Con base en lo anterior el psicólogo dentro del Centro Cultural Iztacala puede desarrollar, mejorar e implementar líneas de acción adecuadas al área basadas en las políticas culturales establecidas por los departamentos afines de la UNAM, además de ser capaz de coordinar proyectos y actividades varias, apoyándose en programas generales apoyados en los intereses artístico-culturales de la Comunidad Iztacalteca, igualmente capaz de supervisar la instrumentación

adecuada para evaluar eficazmente las secciones operativas del departamento en cuestión

3.2 Alcances y Límites

La Cultura es un agente vital para el desarrollo de los pueblos. La forma de vida y las expresiones de una sociedad la determinan, ésta se compone por nuestras costumbres, códigos, normas, tradiciones, y las distintas expresiones artísticas que representan para el ser humano un hecho trascendental, es considerada como un medio para construir la cohesión social, un ambiente sustentable, impulsora de creatividad, innovación y como agente para el desarrollo económico y social (UNESCO, 2010. En: Molina, 2012).

En México poco se sabe sobre el tema de Cultura, pareciera que pasa desapercibido, las danzas regionales, la pintura, la escultura, la literatura etc. han quedado en un segundo plano por considerarse monótonas o aburridas, se han perdido las tradiciones y costumbres propias de nuestro país, sin embargo, al conocerlas y vivirlas nos apropiamos de éstas y nos provocan un sentimiento de identidad como nación, como sociedad y como individuos.

Guevara (2012), menciona que vivimos en un mundo basado en relaciones interpersonales, mediante ellas crecemos, aprendemos, compartimos, nos alegramos y alegramos a otros, desarrollamos talentos y habilidades para lograr más objetivos y seguir creciendo; sin embargo, el vivir también implica en mayor o menor medida enfrentarse a situaciones desagradables que impiden o interfieren en el ansiado desarrollo personal.

El constante avance de la tecnología, redes sociales, aparatos electrónicos además del poco conocimiento en cuanto al tema artístico y cultural, han mermado el interés de los jóvenes en las tradiciones y costumbres propias de nuestro país.

Por otra parte la falta de difusión de eventos orientados al tema suele tener poca o nula relevancia, llegando únicamente a aquellos involucrados directamente con las distintas disciplinas artístico-culturales, que generalmente se atribuye a la falta de recursos, propaganda o publicidad, tanto en el sector privado como en el público.

Cabe mencionar que en México, por más esfuerzos que se han realizado en beneficio de una política cultural determinada y coherente, han sido poco efectivos debido a la naturaleza misma de la sociedad mexicana, dentro de la cual se manifiesta la Cultura, además de la dependencia cultural externa que nos lleva en una enérgica tendencia a la imitación, resultando en la pérdida de las tradiciones, costumbres y en general, de todas las expresiones culturales procedentes de la suya propia (Molano, 2007).

Es prioritaria la inmersión del psicólogo dentro del área cultural puesto que como profesional especializado cuenta con las herramientas adecuadas para la eficacia y eficiencia en la divulgación y promoción de la Cultura estableciendo estrategias operacionales óptimas, necesarias para este fin. El trabajo que el profesional de la psicología llevará a cabo como gestor cultural no varía en cuanto a las actividades de un psicólogo organizacional, como gestor cultural, es responsable de generar una vinculación y administración sociocultural con las comunidades, en pro de la promoción cultural generando que se reconozca como un creador de identidad nacional.

Alrededor de la época de los años ochenta se comienza a visualizar al gestor, como un agente capaz de generar recursos para la creación, planeación, materialización de diversos productos culturales además de ser apto para establecer contacto con las comunidades (Molano,2007).

3.3 Estrategias de mejora

Como se ha comentado en los capítulos anteriores la Universidad Nacional Autónoma de México es una Universidad pública mexicana que tiene como propósito primordial estar al servicio del país y de la humanidad, formar profesionistas útiles a la sociedad, organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura (UNAM, 2015).

Y de acuerdo con su misión visión y valores expuestos en el capítulo de este escrito, la organización es primordial para el funcionamiento eficaz de la Facultad, llevándose a cabo por las diferentes áreas, secretarías, unidades y departamentos que cumplen con esta misión, visión y valores, siendo una de ellas la Coordinación de Promoción Cultural y Divulgación de la ciencia.

Aunado lo anterior, el propósito de esta Tesina es elaborar estrategias de mejora acordes con los objetivos de la Coordinación, aprovechando las áreas de oportunidad, con la finalidad de hacer que sus procesos sean más productivos y eficientes, por tal motivo se llevó a cabo una recopilación de información referente al área.

Valiéndose de la matriz FODA, herramienta que permite recabar información de la situación actual de una institución, en este caso, el Centro Cultural Iztacala, permitiendo un diagnóstico del ambiente interno y externo del área.

Fase 1. Diagnóstico.

La primer fase para la elaboración de las propuestas de mejora en el Centro Cultural Iztacala consistió en conocer la situación en la que se encontraba el área, para la recopilación de información sobre el ambiente interno y externo.

Se realizaron entrevistas al personal del Centro Cultural Iztacala (ver anexo 2), cada entrevista se grabó en audio para rescatar la información, obteniendo una visión general de la situación actual así como los factores internos y externos que influían en el funcionamiento del CCI.

Fase 2. Elaboración de la Matriz FODA.

En esta fase se analizaron las actividades que han resultado exitosas dentro de la institución (Fortalezas) y los aspectos que dificultan el funcionamiento de la Coordinación (Debilidades); retomando los aspectos externos que pueden propiciar un mayor desarrollo (Oportunidades) y aquellos obstáculos externos que minimizan la probabilidad de éxito (Amenazas).

La información recabada se agrupa en esta matriz (figura 1.) donde se aprecian las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

F O D A		
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN CULTURAL Y DIVULGACIÓN DE LA CIENCIA		
	POSITIVAS	NEGATIVAS
INTERIOR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ambiente laboral positivo y estructura adecuada del personal. 2. Conocimiento del área cultural. 3. La promoción cultural en cuanto a las actividades como obras de teatro, conciertos, presentaciones de libros entre otras. 4. Espacios adecuados para realizar actividades artísticas. 5. Los servicios que se brindan a la comunidad, como los talleres o actividades de cultura popular como los maratones de baile. 6. Personal regido por valores enfocados al servicio. 7. Vínculos para ampliar la oferta artística cultural. 8. Las actividades que se brindan son de calidad y muchas son gratuitas. 9. El uso de redes sociales para hacer difusión de las actividades. 10. Apoyo de voluntarios en diversas actividades. 11. Creatividad y generación de ideas en el equipo y en los voluntarios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación no asertiva. 2. Carencia de control en algunas actividades. 3. Apatía del equipo ante algunas actividades/situaciones. 4. Películas del ciclo de cine (muchas no son tan conocidas). 5. Información incompleta en el equipo operativo sobre los eventos del CCI. 6. Falta de motivación en el equipo del CCI. 7. Falta de material o equipo técnico (Iluminación y Audio-visual). 8. Falta de capacitación en cuanto al equipo audiovisual y de iluminación de la cabina. 9. Desconocimiento de la opinión y gustos de la comunidad a la que se atiende. 10. Falta de organización previa para la ejecución de actividades. 11. Carencia de filosofía organizacional en el CCI / Intereses del personal no alineados con la filosofía del CCI. 12. Falta de personal de mantenimiento.

EXTERIOR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iniciativa de la comunidad para generar propuestas culturales. 2. El interés que muestra en la comunidad externa por las actividades del CCI. 3. El vínculo con el Municipio 4. Los Museos, talleres y dependencias de la UNAM (creando vínculos y consiguiendo cortesías) 5. Público con expectativas y a la espera de actividades. 6. Público interesado en las celebraciones tradicionales y eventos de temáticas actuales. 7. Intercambio artístico-cultural con otras Facultades de la UNAM. 8. Más espacio para las clases y talleres Artísticos Culturales. 9. Convenios con Museos. 10. Solicitud constante de actividades para niños. 11. Integración de personal nuevo para eventos grandes (aniversario, bienvenida, Día de muertos) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las carreras de la FESI que están orientadas al área de la Salud. 2. Poco interés en las actividades culturales. 3. El auge de las tecnologías. 4. Los hábitos de la comunidad (no hay respeto por lo ajeno). 5. Se asigna poco presupuesto al área. 6. Imprevistos en los eventos 7. Restricción de espacio para los eventos. 8. Personal externo que no brinda la información al equipo del CCI (falta de acuerdo). 9. Poco interés de la comunidad en cuanto a asistencia a los eventos y talleres. 10. Falta de motivación económica al personal. 11. Cambios administrativos con intereses distintos.
Figura 1. FODA de la Coordinación de Promoción Cultural y Divulgación de la Ciencia -FESI UNAM 2017-		

Fase 3. Propuesta “Estrategias de mejora en los Procesos Operativos”

En esta Fase, a raíz de la información obtenida se identificaron situaciones susceptibles de mejora para propiciar mayor eficiencia en área laboral.

1. Información, mejorar la comunicación en la cobertura de eventos.
2. Motivación en el personal, comunicación asertiva.
3. Capacitación para operar todo el Equipo audio-visual y de iluminación.
4. Conocer la opinión y gustos de la comunidad Universitaria.

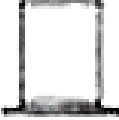

3.3.1 Primer Propuesta de mejora: Información, mejorar la comunicación en la cobertura de eventos

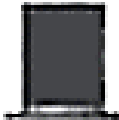
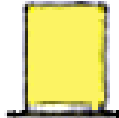
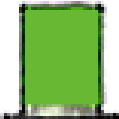
Se propone realizar al menos una reunión semanal previa a los eventos, con la finalidad de que equipo del Centro Cultural Iztacala conozca las necesidades de cada actividad, las tareas que debe realizar, minimizando el margen de error o la carencia de información.

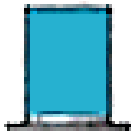
Periódicamente se debe revisar este plan con la finalidad de que todos conozcan las actividades de los integrantes del equipo y poder atender las mismas en caso de ser necesario, ya seas por cuestiones internas o externas (dificultades personales o salud).

Para atender las sugerencias mencionadas se propone un Taller “de Comunicación Efectiva” donde, entre otras técnicas, se empleará la de *los seis sombreros para pensar* de Edward De Bono (1993). Mediante esta técnica se facilitan el análisis y la resolución de problemas desde distintas perspectivas, permite pensar en equipo de una forma sistemática y colaborativa utilizando el pensamiento paralelo para conseguir que todos los participantes miren al mismo tiempo en la misma dirección.

Para ello, De Bono ha identificado 6 maneras de pensar y abordar temas o decisiones y les ha asignado un sombrero con un color determinado (blanco, rojo, negro, amarillo, verde y azul). Cada uno es un estilo diferente de pensamiento:

SOMBRERO	SIGNIFICADO
<p>1. Sombrero Blanco:</p> 	<p>Con este pensamiento debemos centrarnos en los datos disponibles. Ver la información que tenemos y aprender de ella.</p> <p>Es un pensamiento neutral y objetivo.</p> <p>No hace interpretaciones ni da opiniones. Se ocupa de datos, cifras, necesidades, objetivos y ausencia de información.</p> <p>Con el sombrero blanco hacemos preguntas como: ¿Qué información tenemos aquí?, ¿Qué información falta?, ¿Qué información nos gustaría que hubiera?, ¿Cómo la obtendremos? "Sólo exponga los hechos de modo natural y objetivo".</p>
<p>2. Sombrero Rojo:</p> 	<p>Con él observamos los problemas utilizando la intuición, los sentimientos y las emociones.</p> <p>Su uso permite al que lo utiliza decir: "así me siento con respecto a este asunto" sin tener que justificarse.</p> <p>El sombrero rojo autoriza plenamente para exponer sentimientos sobre un tema in tener que justificarse o explicarse. Por tanto, cuando una persona tiene puesto el sombrero rojo no se le puede pedir que explique el porqué de su decisión.</p> <p>Colocarse el sombrero rojo es una forma de entrar y salir del modo emocional y de explorar los sentimientos de los demás, pero si una persona se deja envolver por las emociones sin darse cuenta, le podemos pedir que se quite el sombrero rojo.</p>

<p>3. Sombrero Negro:</p> 	<p>Sombrero negro utilizando el sombrero negro podemos ver todos los puntos malos de una decisión tratar de ver porque no podría funcionar esto es importante porque resalta los puntos débiles de un plan permite eliminar los cambiarlos a preparar un plan de contingencia para dar cuenta de ellos. El sombrero negro nos ayudará a hacer planes más fuertes y flexibles también nos ayudará a localizar las fallas fatales y riesgos antes de embarcarnos en cursos de acción</p>
<p>4. Sombrero Amarillo:</p> 	<p>Con este sombrero pensaremos positivamente, nos ayudará a ver por qué algo va a funcionar y por qué ofrecerá beneficios..</p> <p>Representa un pensamiento positivo, constructivo, optimista.</p> <p>Con el sombrero amarillo se seleccionan los elementos positivos de una idea de forma fundada.</p> <p>Va desde el aspecto lógico práctico hasta los sueños, visiones y esperanzas. Es constructivo y generativo y se ocupa de hacer que las cosas ocurran.</p>
<p>5. Sombrero Verde:</p> 	<p>Este es el sombrero de la creatividad. En este momento se pueden utilizar también otras técnicas para generar ideas y desarrollar la creatividad.</p> <p>Es un sombrero creativo que implica movimiento, provocación para buscar alternativas e ir más allá de lo conocido, lo obvio y lo satisfactorio.</p> <p>El lenguaje del movimiento reemplaza al juicio: Se procura avanzar desde una idea a base de explorar nuevas alternativas en las que la provocación es lo que importa</p>

<p style="text-align: center;">6. Sombrero Azul:</p> 	<p>Es el sombrero del control y la gestión del proceso del pensamiento. Con él se resume lo que se ha dicho y se llega a las conclusiones".</p> <p>Se ocupa de la organización y el control del proceso del pensamiento. También controla el uso de los otros sombreros. Propone o llama al uso de los otros sombreros.</p> <p>Determina las tareas de pensamiento que se van a desarrollar.</p> <p>Es responsable de la síntesis, la visión global y las conclusiones.</p> <p>Se puede asignar a una persona el rol de sombrero azul pero estará abierto a cualquier persona que desee ponérselo.</p> <p>El sombrero azul se utiliza al principio y al final de una sesión creativa o de una reunión</p>
---	---

3.3.2 Segunda Propuesta de mejora: Motivación en el personal, comunicación asertiva

Para favorecer la motivación en el personal y mejorar la comunicación se propone la elaboración de un Curso-Taller con la finalidad de que el personal operativo del CCI pueda expresar de manera abierta y sin inconvenientes las razones y sentimientos que interfieren con su falta de motivación, así como escuchar e implementar las sugerencias viables con base en sus aportaciones.

Se contempla abordar la comunicación asertiva, que según Greenmind (2012) es una forma de expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar nuestras ideas y sentimientos o defender nuestros derechos sin la intención de herir o perjudicar, actuando desde un estado interior de autoconfianza, en lugar de la emocionalidad limitante típica de la ansiedad, la culpa o la rabia.

Suele definirse como un comportamiento comunicacional maduro en el cual la persona no agrede ni se somete a la voluntad de otras personas, sino que expresa sus convicciones y defiende sus derechos. Como estrategia y estilo de comunicación, la asertividad se diferencia y se sitúa en un punto intermedio entre otras dos conductas polares: la agresividad y la pasividad (o no-asertividad).

Con base en lo anterior, las técnicas para la comunicación asertiva ofrecen la oportunidad de practicar este estilo comunicativo y así, poder generalizarlo en nuestras relaciones y nuestro día a día, implicando que respetemos la opinión de los demás y al mismo tiempo hagamos que nuestra opinión sea respetada.

Planeación del Curso-Taller.

Este taller constará de una sesión en la cual se retomaran los temas basados en la comunicación asertiva con la finalidad de permitir una mayor integración y cohesión grupal del equipo del CCI, ya que al usar un estilo de comunicación asertivo contribuye a que hagamos valer nuestra opinión y que seamos respetados por el resto. Este hecho, influirá de manera positiva en nuestra autoestima y tendrá múltiples beneficios a mediano y a largo plazo, cualquier líder debe usar un estilo de comunicación asertivo. Además, las personas asertivas suelen tomar la iniciativa y las decisiones al interior de un grupo.

A continuación se presenta la Propuesta de carta descriptiva del Curso-Taller como estrategia de mejora para el equipo operativo del CCI:

Taller Comunicación Asertiva. 1 hora 20 min.

Presentador: Giovanni Morón De Paz

Objetivo General: Desarrollar habilidades de comunicación asertiva, que permitan prevenir, mediar y resolver conflictos en el ámbito laboral así como en las relaciones interpersonales.

Nombre de actividad	Objetivo	Duración	Lugar	Procedimiento	Materiales necesarios
Derechos asertivos	<p>-Desarrollar las posibilidades de autoconocimiento , autoconfianza</p> <p>-Propicia en el participante la exploración de la autoafirmación, sus alcances y límites.</p>	20 min	Un salón amplio bien iluminado acondicionado para que los participantes puedan estar cómodos.	<p>I. Se solicita a los participantes que identifiquen individualmente los derechos que creen tener en la familia, el trabajo y la sociedad.</p> <p>II. Se pide que traten de destacar, con las contribuciones de cada participante, por lo menos cinco derechos que creen tener en lo familiar, lo laboral y lo social.</p> <p>III. Se hacen conclusiones de lo que se ha expresado</p>	<p>Hoja "Derechos Asertivos: Yo tengo Derecho" para cada participante.</p> <p>Hoja de "Derechos Asertivos: Los otros tienen Derecho a recibir de mí".</p>

Giovanni Morón De Paz

				<p>IV. El Facilitador pide entonces que dado que lograron determinar estos derechos, pasen a determinar aquellos que creen tienen los miembros de sus familias, de su trabajo y de la sociedad.</p>	<p>Hojas blancas para cada participante.</p> <p>Un Lápiz para cada participante</p>
<p>La telaraña (ovillo)</p>	<p>Reconocer sentimientos y emociones ajenos. Respetar los turnos. Reconocer la pertenencia a un grupo. Conseguir objetivos comunes.</p>	<p>10 minutos</p>	<p>Un salón amplio bien iluminado acondicionado para que los participantes puedan estar cómodos.</p>	<p>I. Todos los participantes se sientan en círculo.</p> <p>II. El facilitador empieza lanzando el estambre a alguien sin soltar una punta, dice algo positivo que le guste o valore la persona a la que se lo lanza.</p> <p>III. Quien recibe el estambre, agarra el hilo y lanza nuevamente a otra persona, dice algo que le guste y así sucesivamente, sin soltar el hilo, para que vayamos tejiendo la telaraña.</p> <p>VI. La dinámica termina cuando todos hayan pasado. Después realizamos</p>	<p>Bola de estambre cualquier color</p>

				un diálogo para ver ¿cómo se han sentido?, ¿cómo hemos recibido las valoraciones?, y si nos reconocemos en ellas.	
¿Qué tan asertivo soy?	Revisar en la propia vida experiencias de asertividad, agresividad y de no asertividad.	20 minutos	Un salón amplio y bien iluminado acondicionado para que los participantes puedan estar cómodos.	<p>I. El Facilitador leerá diferentes situaciones, dejando un intervalo de tiempo después de cada historia, para que los participantes identifiquen si el personaje fue asertivo, no asertivo o agresivo; así como, comuniquen experiencias propias que les haya recordado y qué respuesta asertiva encuentran para el ejemplo de no asertividad y agresividad.</p> <p>OCASIÓN EN QUE NO FUE ASERTIVO: La semana pasada mi hermana tomo 500 pesos de mi cartera sin pedírmelos; en consecuencia no puede ir al cine y ver la película que quería. Ella acostumbra hacer cosas como éstas, pero nunca le digo nada.</p>	Hoja de situaciones

Giovanni Morón De Paz

				<p>OCASIÓN EN QUE SE FUE AGRESIVO: Una amiga bromeaba conmigo en la escuela. Yo tenía dolor de cabeza, así que le grité que era una persona desconsiderada, inmadura, y me fui dejándola con la palabra en la boca.</p> <p>OCASIÓN EN QUE FUI ASERTIVO: El otro día iba yo con un amigo en el coche y éste prendió un cigarro; le dije que fumar en un espacio tan reducido y encerrado me molestaba y le pedí de favor, que no fumara mientras estuviéramos dentro del coche. El apagó el cigarro.</p> <p>II. El Facilitador solicita a los participantes que hagan un autoanálisis sobre los comportamientos (Agresivo, asertivo y No asertivo) que muestra en cada una de las áreas de vida:</p>	
--	--	--	--	---	--

Giovanni Morón De Paz

				Salud Trabajo Economía Familia Sociedad Esparcimiento Estudios (actuales) Necesidades Valores	
Libre	Fomentar la cohesión del grupo a través de la reflexión de un tema determinado.	30 minutos aproximados	Un salón amplio bien iluminado acondicionado para que los participantes	I. El facilitador introduce una dinámica, que consistirá en contar una situación de su vida, abordando los siguientes temas: -Un momento de mi vida en el que me sentí libre.	Ninguno especial. en

Giovanni Morón De Paz

			<p>puedan estar cómodos.</p>	<p>-Un momento de vida en el que me sentí oprimido.</p> <p>-Un momento de mi vida en el que oprimí a otras personas.</p> <p>II. Después de que todos los integrantes hayan compartido sus experiencias con los demás, elaboran entre todos una definición para la palabra libertad y otra, para opresión.</p> <p>III. Todos exponen sus definiciones y se produce un debate hasta que lleguen a un acuerdo en común.</p> <p>El facilitador deberá enfatizar cómo abordar estos aspectos en relación con la comunicación asertiva.</p>	
--	--	--	------------------------------	---	--

Giovanni Morón De Paz

DERECHOS ASERTIVOS

Hoja para el Participante

YO TENGO DERECHO A:

En mi casa a:

En mi trabajo a:

En mi grupo de amistades a:

DERECHOS ASERTIVOS

Hoja para el Participante

LOS OTROS TIENEN DERECHO A RECIBIR DE MÍ:

En mi casa a:

En mi trabajo a:

En mi grupo de amistades a:

3.3.3 Tercer Propuesta de mejora: Capacitación para operar el Equipo audio-visual y de iluminación

Se propone el siguiente manual operativo que contempla el audio, video e iluminación:

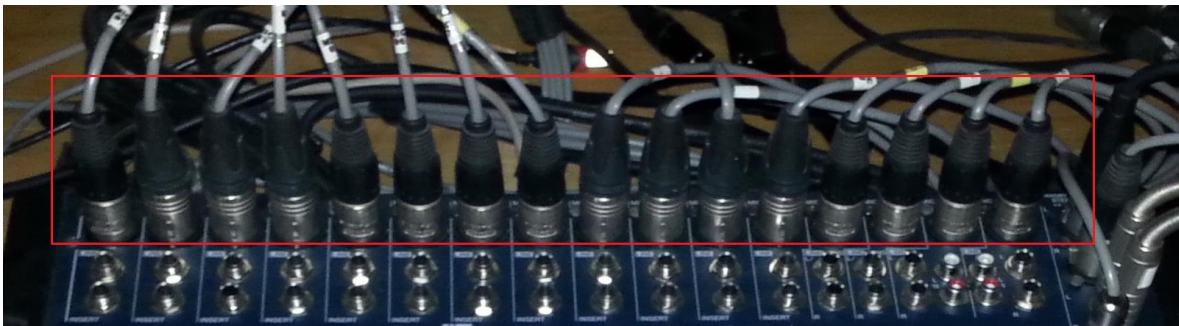
MANUAL OPERATIVO DE LA CONSOLA DE AUDIO:

Siempre apague el dispositivo cuando no lo use. Aunque el interruptor de alimentación esté en la posición “STANDBY”, la energía eléctrica seguirá llegando al dispositivo al nivel mínimo. Si no va a utilizar el dispositivo durante un periodo prolongado de tiempo, asegúrese de desenchufar el cable de alimentación de la toma de CA de la pared. El rendimiento de los componentes con contactos móviles, como interruptores, controles de volumen y conectores, se reduce progresivamente. Consulte al personal cualificado de Yamaha sobre la sustitución de los componentes defectuosos.

Características

Canales de entrada: Con un máximo de 16 entradas de micrófono, la mezcladora MG puede conectarse simultáneamente con una gran variedad de dispositivos: micrófonos, dispositivos de nivel de línea, sintetizadores estereofónicos, etc.

En la ilustración se aprecian los cables Canon (de los micrófonos) conectados.



En caso de no contar con los cables Canon para micrófonos se puede optar por los Cables Plug que se conectan en los conectores bajo los cables canon.



Ganancia de audio: Se utiliza para dar o disminuir la potencia del audio de un micrófono, Impidiendo que haya distorciones del mismo, basicamente es "cantidad de señal" que entra al equipo, y que a niveles altos (a veces no tanto) crea la distorsión del audio.



Agudos, Graves, Medios y Medios Graves: indicadores de audio, usualmente utilizados cuando hay presentaciones de grupos musicales:

Frecuencias **graves**. Las que emite un tambor o un bajo eléctrico y algunas voces.

Frecuencias **medias**. La mayor parte de instrumentos musicales se desenvuelven en ellas, al igual que casi todas las voces humanas.

Frecuencias **agudas**. Los platillos de la batería están dentro de este rango, tonos de algunas cantantes de ópera.



Sistema de monitoreo: sirve para que la o las personas en el escenario escuche el sonido de los instrumentos y pueda dar indicaciones al operador de la cabina para ecualizarlos adecuadamente.



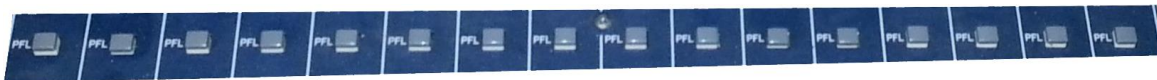
Paneo: Consiste en situar un instrumento (o una pista de audio) hacia la derecha o a la izquierda (o incluso el centro) para crear una todo el panorama de una canción. Es decir, colocar cada elemento donde lo necesitemos o dónde suelen colocarse (cómo baterías, instrumentos de orquesta), normalmente de derecha a izquierda o al centro (básicamente se trata de ecualizar los instrumentos de la derecha, izquierda y el centro).



Activadores de canal: Su función consiste en habilitar el canal de audio.



Activadores del sistema de Monitoreo: Su función consiste en habilitar el canal de audio.



Modulador de volumen del canal y activadores de las bocinas: Los botones 1-2, 3-4, ST hacen referencia a las bocinas colocadas en los lados derecho, izquierdo y medio del escenario, se deben presionar para activarlas, el grupo 1-2 bocinas activa las bocinas del lado derecho, el 3-4 el lado izquierdo y ST las centrales; El modulador de audio, como su nombre indica, varía la intensidad del sonido para adecuarlo a la percepción de las personas.



Potenciómetro Stereo Out: potenciómetro General, siempre debe estar activo para habilitar cualquier canal de audio.



Moduladores de audio para las bocinas del grupo 1-2 y 3-4:

Estos moduladores de audio, como su nombre indica, varían la intensidad del sonido de las bocinas de su respectivo grupo, para adecuarlo a la percepción de las personas.



	<p>Monitor Mix:</p> <p>Sistema de monitoreo desde cabina y modulador de audio, se debe presionar el botón únicamente para operar y modular el audio desde la cabina, por medio de una computadora. Nota: Para escuchar únicamente el audio en la cabina se deben desactivar los monitores del canal.</p>
	<p>Phantom Power, o alimentación fantasma, es la corriente suministrada necesaria para hacer funcionar los micrófonos de condensador, a diferencia de los micrófonos dinámicos. Este siempre debe estar encendido para cualquier evento.</p>
	<p>Salidas de audio del sistema de monitoreo:</p> <p>Conexiones de cables auxiliares para el audio de los monitores.</p>

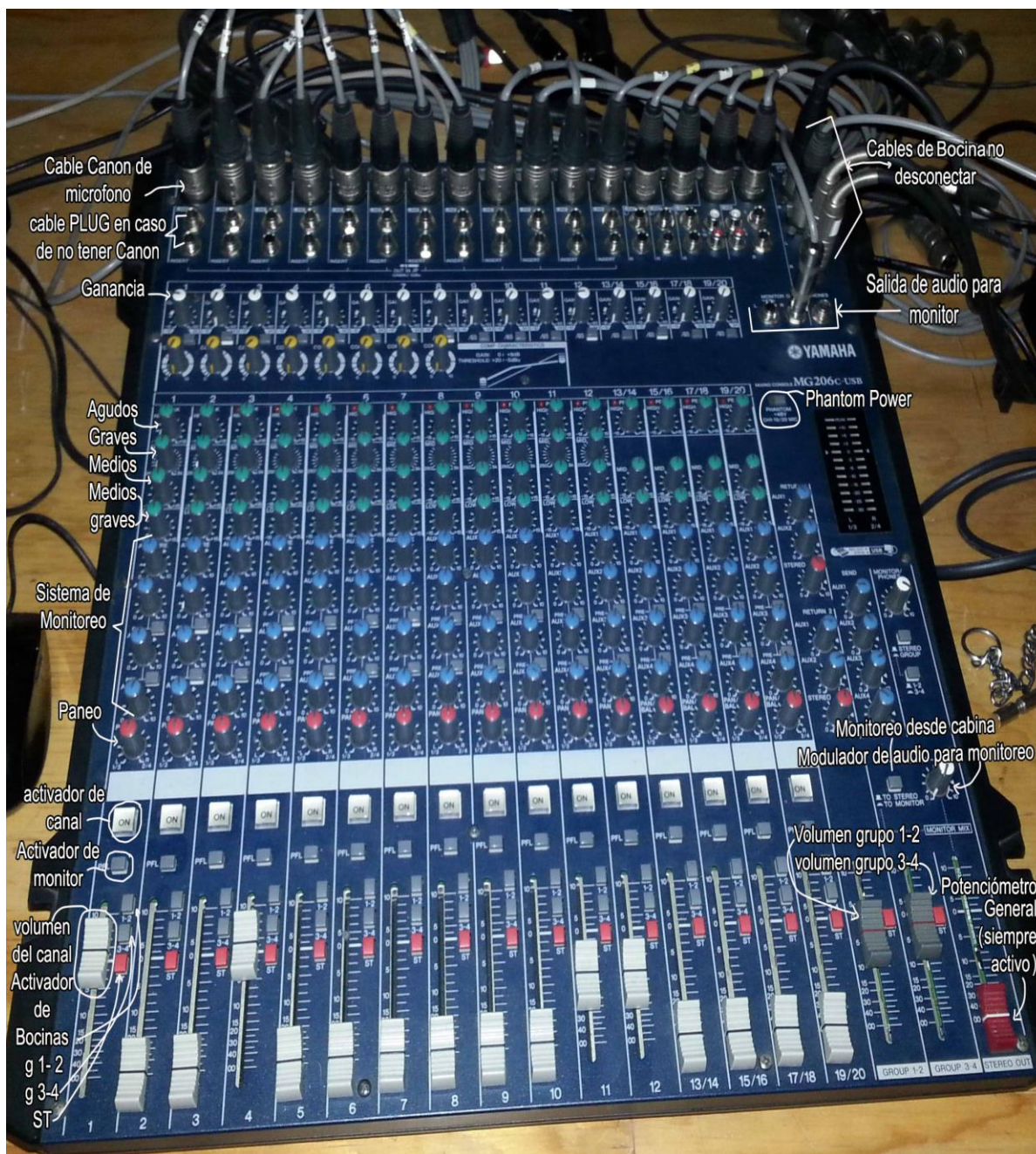
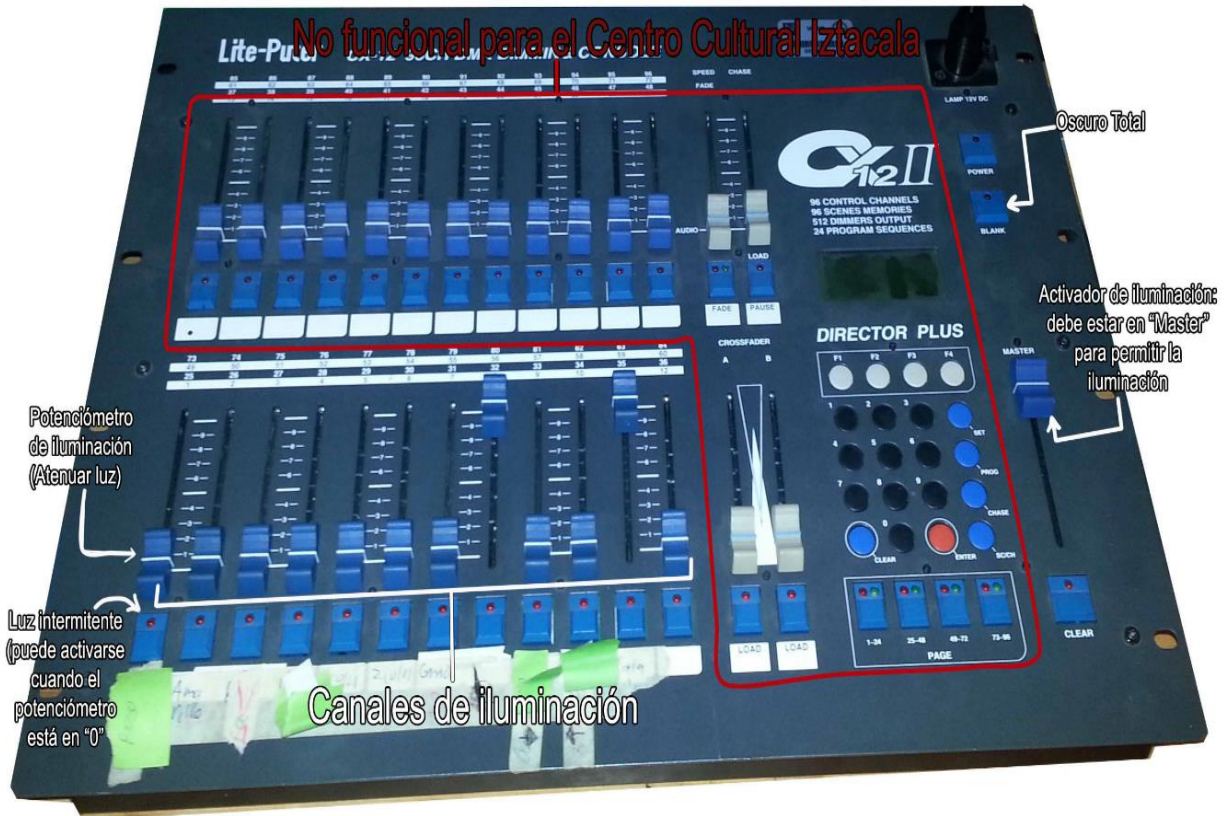


Figura 2. Diagrama completo de la consola de audio YAMAHA MG206c

INSTRUCTIVO PARA OPERAR LA CONSOLA DE AUDIO

1. Verifique que la mezcladora esté apagada y que todos los controles de nivel estén al mínimo. (Potenciómetro general STEREO OUT, volumen de canal, controles Ganancia, etc.)
2. Apague todos los dispositivos externos y a continuación, conecte los micrófonos, Bocinas e instrumentos (estos últimos, en caso de ser necesarios)
3. Para evitar que las bocinas resulten dañadas, encienda los dispositivos en el orden siguiente: Dispositivos adyacentes → mezcladora MG → amplificadores (o bocinas autoalimentadas). Para apagar el conjunto proceda en el orden inverso.
4. Active el interruptor de alimentación fantasma (Phantom Power) de la mezcladora MG antes de encender las bocinas.
5. Ajuste los controles de Ganancia de los canales para evitar distorsiones de sonido.
6. Active los interruptores ON y ST de cada uno de los canales que utilice.
7. Sitúe el potenciómetro general (STEREO OUT) en la posición "0".
8. Ajuste los moduladores de canal para crear el balance inicial deseado posteriormente ajuste el volumen general con el potenciómetro general STEREO OUT.

Manual consola de iluminación *Lite-Puter CX-12 96CH DMX DIMMING*
CONSOLE



Encender

1. Conecte la fuente de alimentación y gire el interruptor de encendido en el panel trasero
2. Coloque el interruptor de encendido en el panel frontal y compruebe el estado de la pantalla.

Apagar

1. Apague el interruptor de encendido en el panel frontal.
2. Apague el interruptor de encendido en el panel trasero.

Potenciómetros de iluminación.

Dependiendo de la cantidad de luz precisada se atenúa a mayor o menor subiendo o bajando el potenciómetro. (lo mismo para el resto de canales).

Gelatinas de iluminación o geles

Son hojas delgadas situados delante de la fuente de luz en una determinada trayectoria.

Activación de la luz intermitente.

1. Colocar el potenciómetro del canal utilizado en "0"
2. Presionar el botón de luz intermitente.



- Iluminación de los escudos del auditorio

INSTRUCTIVO PARA PROYECCIÓN DE VIDEO:

Al establecer una conexión adecuada del proyector Epson a la computadora permitirá mostrar las imágenes que aparecen en pantalla de esta, al mismo tiempo que se proyectan en un espacio predeterminado (pantalla) necesario para las presentaciones y/o películas.

A continuación se resumen los pasos a seguir para conectar el proyector a través de lo conocido como "Plug and Play",

1. Conectar el cable USB en el puerto de salida USB del proyector.
2. Conecta el otro extremo del cable USB a cualquier puerto USB disponible en la computadora. Ésta lo reconocerá de inmediato y configurará el dispositivo.
3. Enciende el proyector para completar la conexión.
4. Monitoree la película o presentación desde el área de cabina.

3.3.4 Cuarta Propuesta de mejora: Conocer la opinión y gustos de la comunidad Universitaria

Para conocer la opinión de los servicios ofertados y los gustos de la comunidad Universitaria se propone hacer una *Encuesta de Satisfacción* a los alumnos de los talleres artísticos y culturales al término de cada semestre, pues servirán para la toma de decisiones respecto al funcionamiento de cada taller.

Es sustancial que la Coordinación del Centro Cultural Iztacala desarrolle encuestas propias de acuerdo a las necesidades de cada actividad, para lo cual debe tener en cuenta lo siguiente:

Giovanni Morón De Paz

1. Definir objetivos. Hacia dónde está dirigida, determinando los datos que se necesitan recopilar para tomar una decisión: cómo recibe la comunidad el servicio, cuál es su grado de satisfacción, qué hacer para conservar a los usuarios entre otras.
2. Controlar la influencia. Hacer preguntas concretas, fáciles de entender y que proporcionen una respuesta concisa.
3. Realizar una prueba. Con apoyo del personal, hacer un ejercicio a modo de prueba, ellos contribuyen para asegurar que las opciones de preguntas sean comprensibles y que la lógica en la encuesta sea funcional.
4. Recopilación y análisis de datos. Los datos obtenidos ayudarán a decidir qué servicios se pueden mejorar.

CONCLUSIONES

La cultura, definida desde un enfoque social, se refiere una forma de vida que se comparte con nuestros semejantes, engloba las tradiciones, costumbres, hábitos y enseñanzas que se conforman dentro de determinados grupos sociales, en los cuales se han transmitido a lo largo de las generaciones, generando un sentimiento de identidad y pertenencia que se desarrolla, mientras nos integramos a un grupo social. Esta característica humana es universal, existe en toda sociedad humana.

Hoy en día pareciera que la cultura pasa desapercibida en nuestra Facultad de Estudios Superiores Iztacala, por el dominio de las ciencias biológicas y de la salud presentes en su currícula, sin embargo, tras la constancia de la Coordinación de Promoción Cultural y Divulgación de la Ciencia (CPCyDC), se ha cumplido una de las funciones sustantivas de la Universidad Nacional Autónoma de México, que consiste en promover y difundir la cultura.

La Facultad de Estudios Superiores Iztacala, y sus profesionistas en la CPCyDC, se encargan de llevar a la comunidad universitaria actividades artístico-culturales, enriqueciendo y fortaleciendo a la identidad y el sentido de pertenencia en los estudiantes, ofreciendo una experiencia universitaria completa, abarcando el nivel educativo, personal, profesional, y desde luego artístico-cultural.

Todo esto es realizado con base en procesos administrativos de planeación y organización, típicas de una organización, los profesionistas que laboran en la Coordinación, realizan tareas de promoción cultural, sirviendo como el nexo entre las instituciones, las comunidades artísticas y el público, como lo refiere la UNESCO (2005). Sin embargo la incorporación y profesionalización de representantes encaminados a realizar tareas a fines de una gestión cultural es de vital importancia para este tipo de contextos.

La psicología como la disciplina que estudia el comportamiento humano, emociones, pensamientos-cogniciones, conductas y la interacción para adaptarse al mundo que los rodea; es ideal para desempeñar la gestión cultural, pues al estudiar la conducta humana, basada en factores como la cultura, el clima laboral, la motivación, el liderazgo, la toma de decisiones, la comunicación, entre otras, el psicólogo tiene las herramientas que le garantizan un desarrollo integral dentro del área.

Hoy en día la psicología es una de las ramas más importantes dentro del ámbito empresarial, las organizaciones del sector privado o público, requieren psicólogos para mantener un buen ambiente laboral en la institución. Para una Organización es necesario el trabajo en equipo para poder alcanzar determinados objetivos, se desarrollan técnicas, funciones y estrategias, para un mejoramiento óptimo de la empresa; la psicología organizacional, se basa en la observación, analizando el comportamiento del ser humano de forma individual y grupal, resolviendo problemáticas concretas que afectan a una empresa, retoma las relaciones interpersonales, como uno de aspectos importantes en la vida de todo ser humano.

Esto último resulta interesante, pues, por medio de la planeación, se facilitó conocer la situación en la que se encuentra el CCI, se identificaron las Fortalezas Oportunidades, Debilidades y Amenazas, generando propuestas de mejora en los procesos operativos del Centro Cultural Iztacala, dirigidos a la capacitación, manejo de emociones y desarrollo de comunicación asertiva, con el fin aumentar la eficiencia al interior de la Coordinación, que motivó a efectuar el análisis FODA desarrollando un manual .

Cabe mencionar que La psicología organizacional, no solo se enfoca a lo que se debe de mejorar, sino también a descubrir los factores externos que pueden afectar a toda la dinámica organizacional dentro de la empresa valiéndose de distintos instrumentos, como es el análisis FODA retomado en Ponce (2007), siendo esto

último parte de las funciones que desempeña el psicólogo que se desarrolla en este ámbito

Finalmente se concluye que si bien un Gestor Cultural puede ser todo aquel cuya formación académica está vinculada a la sociología, antropología, administración, historia, comunicación, derecho, psicología, filosofía y pedagogía, entre otras disciplinas, debe tener conocimientos pertinentes al área, involucrarse, darle seguimiento y promoción. El trabajo que un psicólogo debe desarrollar como Gestor Cultural no difiere con las actividades de un psicólogo organizacional.

El profesional de la Psicología como Gestor Cultural en la FES Iztacala desempeña labores que van acorde a al área administrativa, y logística, se involucra en el área cultural y tiene sensibilidad a temas afín, es responsable de generar una vinculación y administración sociocultural con la comunidad universitaria como externa, en pro de la promoción cultural, generando que se reconozca y se apropie la cultura mexicana, siendo un creador de identidad nacional.

BIBLIOGRAFÍA.

- Aamodt, M. G. (2010). *Psicología industrial/organizacional: Un enfoque aplicado*. Sexta edición. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Aguilar, J. E. & Vargas, J. E. (2010). *La Investigación en Psicología Organizacional en México: Una Revisión Histórica*. Revista: Asociación Oaxaqueña de Psicología A. C. México. Vol. 6. no. 1, pp.89-126.
- Ardila, R. (1999). *Psicología del Trabajo*. Editorial Universitaria. Segunda edición.
- Arias, G. & Heredia, E. (2006). *Administración de recursos humanos: para el alto desempeño*. México: Trillas.
- Codina, J. A. (2011). *Deficiencias en el uso del FODA causas y sugerencias*. Revista Ciencias estratégicas. Vol. 19 no. 25., pp.98-100.
- Cultura UNAM. (2014). *¿Quiénes somos?*. Consultado: 21/02/2017, de Coordinación de Difusión Cultural, Ciudad Universitaria, UNAM Sitio web: <http://www.cultura.unam.mx/secciones/QuiénesSomos>
- De Bono, E. (1993). *Seis sombreros para pensar*. Argentina: Granica.
- Diccionario de la Real Academia Española. (2005). 1.^a edición. Madrid: Santillana.
- Dunnette, M. D. & Kirchner, W. K. (2005). *Psicología Industrial*. 2^a ed. México: Trillas.
- Enciso, E. & Perilla, L. (2004). *Esperanza Visión retrospectiva, actual y prospectiva de la psicología organizacional*. Revista: Acta Colombiana de Psicología, núm. 11, pp. 5-22. Bogotá Colombia.

Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM. (2015). Catálogo de Servicio SDRI. Consultado: 22/02/2017, de Secretaria De Desarrollo Y Relaciones Institucionales UNAM Sitio web: http://sdri.iztacala.unam.mx/wp-content/uploads/2015/05/2015_web.pdf

Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM. (2015). Misión, Visión y Valores. Consultado: 20/04/2017, de FESI UNAM. Sitio web: <http://www.uam.mx/sah/pre-pa/tema01/porque.html>

Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM. (2016). Plan de Desarrollo Académico Institucional de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala. Consultado: 21/02/2017, UNAM.

Furnham, A. (2001). Psicología organizacional. México: Alfaomega.

Galindo, E. (2004). Análisis del desarrollo de la Psicología en México hasta 1990. Con una bibliografía in extenso. Psicología para América Latina. Núm.2 disponible en: http://psicolatina.org/Dos/analisis_psicol.html

González, M. & Olivares, S. (2014). Psicología del trabajo. México: Grupo Editorial Patria, S.A. De C.V.

Graue, L. E. (2017). Plan de Desarrollo Institucional 2015-2019. Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 1-53. Consultado: 21/02/2017, De <http://www.rector.unam.mx/doctos/PDI-2015-2019.pdf>

Greenmind. (2012). Taller de Asertividad en la Empresa. Chile: Inacap.

Guevara, O. (2012). La Importancia de la Psicología Organizacional en la empresa. Consultado: 7/03/2017, Sitio web: <http://poga62.blogspot.mx/2012/10/la-importancia-de-la-psicologia.html>

Hergenhahn, B.R. (2001). *Introducción a la historia de la psicología*. Madrid: Paraninfo.

La Jornada. (2016). Ubican a la UNAM entre las 150 mejores universidades del mundo. Periódico La jornada, pp.32.

Landy, F. J. & Conte, J. M. (2005). *Psicología Industrial: Introducción a la Psicología industrial y organizacional*. México: McGraw-Hill.

Lazzari, L. & Maesschalck, V. (2002). Control de Gestión: una posible aplicación del análisis FODA. Cuadernos del CIMBAGE, Facultad de Ciencias Económicas Buenos Aires, Argentina, no. 5, pp. 71-90.

López, H. (2011). Análisis FODA: 5 pasos para desarrollar el análisis. Consultado: 15/marzo/2017, de Axeleratum México. Sitio web: <http://axeleratum.com/2012/analisis-foda-5-pasos-para-desarrollar-el-analisis-segunda-parte/>

Marsiske, R. (2006). La Universidad de México: Historia y Desarrollo. Revista Historia de la Educación Latinoamericana., vol. 8, pp. 11-34.

Mendoza. S. (2015). La importancia de la cultura para la sociedad. Consultado: 24/02/2017, Sitio web: <http://www.jujuyalmomento.com/post/40898/la-importancia-de-la-cultura-para-la-sociedad>

Molina, A. E. (2012). El rol del gestor cultural en la comunidad artística. Una validación social por construir. Reflexiones iniciales. Consultado: 02/02/2017, UNAM. Sitio web: https://www.academia.edu/1907750/El_rol_del_gestor_cultural_en_la_comunidad_artística._Una_validación_social_por_construir._Reflexiones_iniciales

- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona, núm. 7, pp. 69-84, Revista Opera [en línea]. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia, Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>>
- Moreno, I., Justel, J., & Massanet, B. (2006). Historia de la Psicología Industrial/Organizacional en Puerto Rico: los primeros 35 años (1970-2005). Revista Puertorriqueña de Psicología. vol. 17. pp. 389-419. Puerto Rico.
- Muchinsky, P. M. (2007). Psicología aplicada al trabajo: una introducción a la Psicología industrial y organizacional. México: Thomson
- Ponce, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Enseñanza e Investigación en Psicología, vol.12. no. 1, pp.113-130. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Rodríguez, Ma. L. & Posadas, A. (2005). La Psicología en el Escenario del trabajo: Una revisión. Revista Electrónica de Psicología Iztacala. vol8. no. 2, pp.60-80. Disponible en: <http://www.iztacala.unam.mx/carreras/psicologia/psiclin/vol8num2/art4vol8no2.pdf>
- Spector, P. (2002). Psicología industrial y organizacional. Investigación y práctica. México: Manual Moderno.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2015). Conoce la historia de tu universidad: UNAM Gran universidad mexicana. 13/02/2017, de Fundación UNAM Sitio web: http://www.fundacionunam.org.mx/de_la_unam/conoce-la-historia-de-tu-universidad-unam/
- Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. (2002). Tutorial para la Asignatura Psicología Del Trabajo.

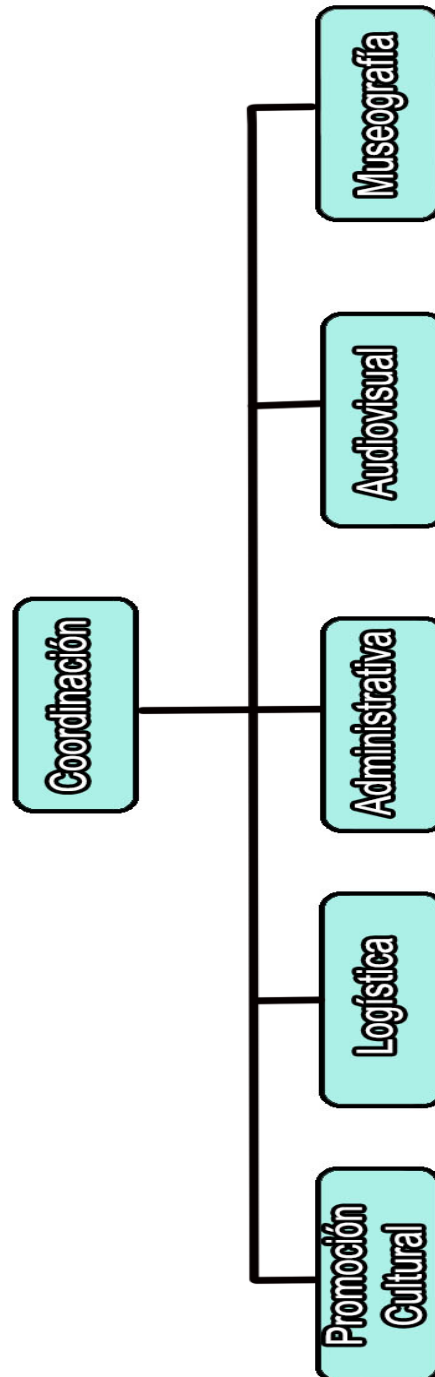
- Consultado: 1/02/2017, UNAM. Sitio web: fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/psico_trabajo.pdf
- Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Iztacala. (2012). Manual de Organización SDRI 2013.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2015). FES Iztacala 40 Años Forjando nuestro Futuro. México: UNAM, Ciudad Universitaria.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2009). La UNAM en breve 1910, origen y organización de la Universidad Nacional de México. Consultado: 13/02/2017, foro UNAM. Sitio web: http://www.fororegulaciondrogas.unam.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=97&Itemid=115&lang=es
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2015). UNAM en el tiempo. Consultado 20/02/2017. UNAM. Sitio web: <https://www.unam.mx/acerca-de-la-unam/unam-en-el-tiempo>
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2015). Acerca de la UNAM. Consultado: 20/04/2017, UNAM. Sitio web: <https://www.unam.mx/acerca-de-la-unam>
- UNESCO. (2005). Formación en Gestión Cultural y Políticas Culturales Directorio Iberoamericano de Centros de Formación. México: IBERFORMAT.
- Vargas, E. & Aguilar, J. (2007). La psicología en México: Organización, poder, control ¿Para Qué?, Revista: Boletín Electrónico de Investigación de la Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C., Volumen 3. Número 1. , pp. 5-24.

Anexos

Giovanni Morón De Paz

Anexo 1. ORGANIGRAMA

Anexo1. Organigrama.



Anexo 2

ENTREVISTA

G: Buenas tardes, gracias por su participación y el tiempo que me brinda en esta entrevista, pues me ayudará en la elaboración del proyecto **“Estrategias de mejora en los Procesos Operativos del Centro Cultural Iztacala”**.

Le solicito su permiso para grabar en audio esta entrevista, en el entendido de que la información recabada será confidencial.

El día de hoy (Fecha actual) me encuentro en compañía de:

- Santa Vazquez Barrón
- Myriam Bolaños Cárdenas
- Cinthia Monserrat Godínez Ramírez
- Enrique Gerardo Martínez Ramírez

G: ¿Qué edad tienes? y ¿Qué actividades desempeñas en el CCI?

G: (*agradeciendo la información*) Te comparto que durante la entrevista llenaremos un cuadro conocido como Análisis FODA (entregar formato), que es una herramienta que nos permite recabar información de la situación actual en este caso el Centro Cultural Iztacala, con este cuadro obtendremos un diagnóstico que permita elaborar estrategias de mejora acordes con los objetivos del área.

G: Como puedes notar, este instrumento está seccionado en cuatro espacios grandes con las letras “F, O, D, A,” tiene dos espacios más en la parte superior con las palabras “positivas y negativas” y dos espacios más en la parte izquierda con las palabras “interior” y “exterior”.

Las letras “F, O, D, A,” se refieren a lo siguiente:

Por “F” vamos a entender las FORTALEZAS, como las capacidades o recursos que se tienen para alcanzar los objetivos de la organización (*ejemplos*).

La “O” hace referencia a las OPORTUNIDADES es decir los factores que resultan positivos al exterior del Centro Cultural (*ejemplos*).

La “D” son las DEBILIDADES al interior del Centro Cultural como pueden ser los factores que provocan una posición desfavorable ante la competencia. Problemas internos o situaciones que minimizan las posibilidades de éxito (*ejemplos*).

La “A” corresponde a las AMENAZAS que tienen que ver, al igual que las oportunidades, con elementos externos al área; es decir con el contexto y situaciones que pueden resultar desfavorables para el Centro Cultural (*ejemplos*).

G: ¿Tienes alguna duda hasta aquí? (Responder dudas de ser necesario)

G: Ahora te haré algunas preguntas con respecto al CCI que estarán dirigidas a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

G: ¿Para ti, cuál consideras que es el objetivo principal del Centro Cultural Iztacala? Recuerda que no hay respuestas buenas o malas, tan sólo tu experiencia.

Fortalezas:

1. ¿Qué valores crees que caracterizan al CCI?
2. ¿Cuáles son las actividades que el Centro Cultural Iztacala (CCI) hace en pro de la promoción cultural?
3. ¿Cuál es el compromiso que tiene el equipo del CCI en una visión a futuro?
4. ¿Qué es lo que distingue al CCI de otras instituciones similares?
5. ¿Qué actividades de Promoción Cultural consideras que son más efectivas para que la comunidad conozca la oferta Artístico-Cultural del CCI? ¿Por qué?
6. ¿Qué acciones o actividades propondrías para mejorar el área en general?
7. ¿Con cuáles de estas COMPETENCIAS y HABILIDADES te identificas? (o crees que cuenta la institución)

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Amabilidad	Negociación	Respeto	Adaptabilidad	Control
Liderazgo	Comunicación	Lealtad	Análisis de Problemas	Capacidad Crítica
Sociabilidad	Asertividad	Confianza	Análisis Numérico	Creatividad
Organización	Empatía	Automotivación	Comunicación verbal y no verbal persuasiva	Comunicación Escrita
Compromiso	Delegación	Decisión	Tolerancia al Estrés	Escucha
Energía	Independencia	Iniciativa	Meticulosidad	Planificación
Organización	Tenacidad	Trabajo En Equipo	Dominio de las TIC	Aprendizaje autónomo
Conocimiento de otras culturas y costumbres	Sensibilidad hacia temas culturales medioambientales	Uso de Internet como medio de comunicación y como fuente de información	Capacidad para comunicarse con personas no expertas en la materia	Gestión de información por orden de importancia
Anticipación	Inteligencia emocional	Responsabilidad	Tolerancia a la frustración	Visión estratégica
Perseverancia	Capacidad para Trabajar bajo Presión	Motivación para el Logro	Cooperación	Orientación a la comunidad

¿Además de estas hay alguna habilidad que consideres importante desarrollar o adaptar para el CCI?

Debilidades:

1. ¿Cuáles son las acciones o actividades que se pueden mejorar?
2. ¿Cuáles son las principales problemáticas con las que se enfrenta el CCI?
3. ¿Consideras que hay recursos insuficientes o de asignación inadecuada de los mismos para algún área en particular? ¿Cuáles serían?
4. ¿Las debilidades tienen que ver con recursos insuficientes?
5. ¿Qué crees susceptible de mejora?
6. ¿Cuáles son los motivos por los que no se puede desarrollar un trabajo eficiente?
7. ¿En qué actividades consideras que la coordinación puede mejorar?
8. ¿Qué factores crees que perjudican el funcionamiento del CCI?

Oportunidades:

1. ¿Cuáles son las oportunidades de crecimiento para el CCI?
2. ¿Los servicios satisfacen las necesidades artístico-Culturales de la comunidad o podrían adaptarse para hacerlo?
3. ¿Existen nuevas tecnologías que el CCI puede aprovechar?
4. ¿Consideras que la comunidad ayuda al crecimiento del CCI?
5. ¿Cuáles son los servicios que consideras aptos para el área?
6. ¿Estos servicios cumplen las necesidades de la comunidad?
7. ¿Qué dependencias pueden beneficiar al CCI?
8. ¿Qué sugieres implementar para mejorar los servicios que se ofertan?

9. ¿Consideras que la integración de un nuevo profesionista beneficiaría al CCI? ¿Por qué?

Amenazas:

1. ¿Cuáles son las barreras del entorno que impiden conseguir los objetivos del CCI?
2. ¿Qué recursos crees que faltan en la zona que puedan dificultar realización del objetivo?
3. ¿La ubicación del CCI es apta para su crecimiento?
4. ¿Qué obstáculos legales o normativos enfrenta el CCI?
5. ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de tus proyectos y servicios?
6. ¿Cuáles son los obstáculos (de tipo legal o normativo) que frenan tu emprendimiento?
7. ¿Cómo afectan los hábitos de la comunidad al desarrollo del CCI?

	Positivas	Negativas
Interior	<p>Fortalezas: Capacidades especiales y recursos con los que cuenta la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen ambiente laboral • Productividad en la coordinación • Conocimiento del área • Producción de calidad • Servicio de atención por diferentes medios (redes sociales, teléfono, whatsapp etc.) • Uso de la tecnología 	<p>Debilidades: Factores que provocan una posición desfavorable ante la competencia. Problemas internos de nuestro negocio o aquellas cosas que se nos resistan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos escasos • Salarios bajos • Equipo obsoleto • Falta de capacitación • Problemas de motivación en los trabajadores • Resistencia a los cambios • Poco dominio de otros idiomas
Exterior	<p>Oportunidades: Factores que resultan positivos y favorables en el entorno de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia Débil • Mercado favorable • El uso de las nuevas tecnologías • Alianzas estratégicas con otras empresas • Fusiones y adquisiciones. • Innovar en productos, en servicios y en operaciones • Proyectos público-privados. 	<p>Amenazas: situaciones que provienen del entorno atentando contra la estabilidad de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conflictos Gremiales • La reducción de gastos • Los riesgos de mercado. • Cambios en sistemas Políticos. • Delincuencia. • Altas competencias. • Piratería

Nombre:		
	POSITIVAS	NEGATIVAS
INTERIOR	F	D
EXTERIOR	O	A

Giovanni Morón De Paz