

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

Three sources of knowledge generation to undertake sustainable
communities: identity, culture and heritage

Maribel Brull González^{1*} <https://orcid.org/0000-0001-6253-9915>

¹Universidad de Oriente, Facultad de Humanidades, Departamento de Comunicación Social. Santiago de Cuba, Cuba.

* Autor para la correspondencia: brull@uo.edu.cu brullmaribel@gmail.com

RESUMEN

El conocimiento de la identidad, la cultura y el patrimonio facilitan la formulación de los objetivos estratégicos en las comunidades para lograr la salvaguardia y visibilización de las culturas originarias, aprender a enfrentar las crisis de identidades y los conflictos sociales en la región. Razones que promueven la búsqueda de alternativas para lograr un desarrollo equitativo, aspectos que hasta ahora se proyectan con un somero avance, debido a las crisis económico-financiera, sanitaria y medioambiental que se agudiza en la sociedad con la prolongación de la pandemia de la COVID-19 y los efectos del cambio climático. Ante esta problemática social se formula como objetivo fundamentar las tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio. Esta perspectiva se sustenta en la metodología de investigación cualitativa, donde se analizan las posiciones teóricas de 45 analistas del tema. Como resultado del estudio se propone un enfoque integrado de las tres fuentes de generación del conocimiento, la identidad, la cultura y el patrimonio (I+C+P) para emprender como solución la mutación de 17 valores sociales y las estrategias básicas para el cambio cultural a favor del desarrollo sostenible de las comunidades.

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

Palabras clave: generación del conocimiento, comunidades, sostenibles, identidad, cultura, patrimonio.

ABSTRACT

Knowledge of identity, culture and heritage facilitate the formulation of strategic objectives in the communities to achieve the safeguarding and visibility of original cultures, learn to face identity crises and social conflicts in the region. Reasons that promote the search for alternatives to achieve equitable development, aspects that until now are projected with a slight advance, due to the economic-financial, health and environmental crisis that is worsening in society with the prolongation of the Covid pandemic. -19 and the effects of climate change. Faced with this social problem, the objective is to base the three sources of knowledge generation to undertake sustainable communities: identity, culture and heritage. This perspective is based on the qualitative research methodology, where the theoretical positions of 45 analysts on the subject are analyzed. As a result of the study, an integrated approach of the three sources of generation of knowledge, identity, culture and heritage (I+C+P) is proposed to undertake as a solution the mutation of 17 values and the basic strategies for cultural change. for the sustainable development of communities.

Keywords: generation of knowledge, communities, sustainable, identity, culture, heritage.

Recibido: 3/08/2022

Aceptado: 10/10/2022

Introducción

Han crecido las responsabilidades de las ciencias sociales para alcanzar la sostenibilidad del planeta Tierra, en la cual el hombre debe repensar de forma estratégica el desarrollo de la “Sociedad del conocimiento- Sociedad de la información”. (Mattelart & García, 2007) de una forma más equitativa y justa dentro del marco del derecho y la calidad de vida de sus habitantes. Esto estimula

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

a las diferentes disciplinas del saber a formar parte de las transformaciones que se gestan dentro de las comunidades en un escenario complejo, donde les corresponde a las colectividades apropiarse de la cultura autóctona y compartir lo diverso dentro de lo universal para advertir las tendencias de la globalización y el neoliberalismo que se ciernen sobre Latinoamérica y que pueden afectar decisivamente las raíces culturales con suplantar lo propio por lo ajeno.

En este contexto la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura desde su surgimiento tiene como misión la promoción, identificación, protección y preservación del patrimonio cultural y natural de todo el mundo, considerado un tesoro universal. (UNESCO, 2006). Sin embargo, las instituciones destinadas a promover y difundir el conocimiento y la información no siempre integran sus estrategias con las necesidades de las comunidades y en coherencia con la Asamblea General de las Naciones Unidas (2015) y la Agenda 2030, donde se declaran 17 Objetivos Desarrollo Sostenible (ODS) para contribuir al bienestar social, económico y ambiental en los diferentes países.

Una idea central de esta investigación es direccionar el conocimiento hacia y desde las comunidades para proteger y reconstruir identidades sociales que atesoren culturas originales y el patrimonio existente, lo cual facilitaría el rediseño de modelos sociales con el fin de sostener riquezas materiales y espirituales. Para lograr esta proyección es crucial identificar, valorar la producción, la accesibilidad y el consumo del conocimiento destinado a las comunidades para la transformación social, dada “la necesidad de integrar a otros actores sociales, además de los científicos y tecnólogos en sentido estricto en un extremo y los simples consumidores en el otro en la agenda de ciencia y tecnología para el desarrollo sustentable”. (Vessuri, 2004, p.184)

El conocimiento constituye un proceso sistemático que permite coordinar e integrar saberes, creación, actividades sociales, producción y generación de otras fuentes de transformación social, tanto en personas, como en comunidades. Refleja el sistema social y desarrolla las doctrinas del pensamiento crítico y las formas de comunicación humana. Sin conocimiento es imposible tomar decisiones, gestionar cambios o introducir estrategias públicas para emprender la sostenibilidad nacional.

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

De modo, que este artículo tiene como objetivo proponer un enfoque integrado y multidisciplinario del conocimiento referente a la identidad, la cultura y el patrimonio para emprender soluciones comunicacionales a favor del desarrollo sostenible de las comunidades urbanas y rurales de la región.

Desarrollo

La generación del conocimiento de la identidad, la cultura y el patrimonio

La generación del conocimiento se ha extendido con diversos enfoques de estudios donde se entrecruzan teorías y metodologías de las ciencias sociales y humanísticas con las ciencias técnicas y ambientales, pero aún no le otorgan todo el valor que se requiere para la sostenibilidad de las comunidades. Mediante el conocimiento se producen reflexiones y acciones de identificación, reconocimiento de las identidades construidas y la salvaguardia del patrimonio legado por numerosas civilizaciones.

Desde el 2014, ha prosperado en los programas de educación de varios países la denominada Ciencia de la Sostenibilidad, con la misión de comprender de forma integral las relaciones, dinámicas evolutivas y adaptativas entre los sistemas socioculturales y los ecosistemas de la naturaleza con la intención de lograr un equilibrio entre el accionar del hombre en la Tierra. Como derivación se estudian estas interacciones con un enfoque especializado: por un lado, se examina el efecto que tiene el cambio sociocultural sobre la integridad ecológica de la biosfera y, por otro, se estudian las consecuencias que estos cambios podrían tener sobre la calidad de vida de las personas. Esta novedosa óptica reconoce así que el bienestar humano depende del buen estado y del buen funcionamiento de los ecosistemas, y que, paralelamente, la conservación de la naturaleza depende del comportamiento humano y de sus procesos de gobernanza.

Y es que el conocimiento se ha constituido en uno de los paradigmas dominantes de la sociedad contemporánea, toda vez que garantiza la accesibilidad a este decisivo recurso para desarrollar de manera sostenible, entre otras, la capacidad de innovación en las organizaciones, fortalecer los procesos de toma de decisiones y

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

trazar estrategias para el desarrollo y el aprendizaje organizacional. (Medina et al., 2018, p.19).

En este sentido, las universidades, los centros de ciencia y tecnología son patrimonios culturales del conocimiento y de actualización para la innovación y el desarrollo, en contraste algunas comunidades no logran siempre desarrollar capacidades para enfrentar los cambios en los ecosistemas, conservar sus identidades, culturas y proteger el patrimonio.

Con estos fines, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y las agencias de desarrollo buscan integrar la cultura con los programas de sostenibilidad para impulsar el equilibrio de las sociedades, revelándose por las ciencias que es inminente la aplicación del enfoque histórico-lógico del conocimiento basado en una concepción estratégica de valores de información, interacción y actuación para conocer, transferir e implementar en función de lograr comunidades sostenibles, tanto urbanas como rurales.

Sobre la base del conocimiento las comunidades se convierten en el espacio público de asimilación, actualización y producción de nuevos conocimientos, promoviendo la reafirmación de las identidades, culturas autóctonas y asumiendo la responsabilidad común que contraen con el futuro. Como definió Molina (2018) “la sostenibilidad, entendida como la consecución de la armonía entre el medioambiente y el ser humano para garantizar su desarrollo y bienestar, implica que la cultura sea asumida como la base de todos los procesos humanos” p.73.

En este sentido, Nonaka, I. & Takeuchi, H. (2000, p.27), argumentaron que el concepto de gestión del conocimiento es un término innovador, que ha permitido a las empresas en el tiempo, comprender y gerenciar los procesos para introducir mejoras, mediante dos espirales de contenido, epistemológico y ontológico, los cuales, interaccionan entre el conocimiento tácito y explícito, de forma dinámica y permanente sujeto a la transformación.

La gestión del conocimiento como proceso de dirección, planificación o redimensionamiento del sistema de aprendizaje organizacional permite elevar la competitividad en función de los objetivos previstos con eficacia y eficiencia; no obstante, para su construcción social en las comunidades debe constituirse un proceso de producción, creación de beneficios comunes y de su transferencia a la

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

sociedad con fines de aplicación y generalización que permita redescubrir la historia de las comunidades para resignificar culturas.

Según el procesamiento estadístico realizado existen más de 100 modelos de gestión del conocimiento que se centran principalmente en estilos culturales de las regiones occidental y oriental del planeta, con el objetivo de favorecer el conocimiento empresarial para elevar la productividad ante la competencia como resultado del desarrollo de las TICs. Con esta perspectiva analítica se reconocen los aportes de Davenport (2000); Darroch (2003); Adams (2003); (Saavedra et al., 2000) y Gilbert (2017).

En la actualidad la mayor parte de estos modelos se identifican por el uso de técnicas y herramientas híbridas para integrar conocimientos, pero con objetivos y en espacios públicos diferentes. En el primer grupo, se inscribe Robles (2010, p.127) con una visión gerencial de la gestión del conocimiento desde el análisis de la información; en el segundo grupo, se registran modelos de gestión del conocimiento sobre la medición del desarrollo del capital intelectual, como Rivero (2014) que establece indicadores para medir el impacto en los resultados; en un tercer grupo, se identifican modelos de gestión del conocimiento para comunidades académicas (Brull et al., 2021, p.8) y en el cuarto grupo se evidencian modelos del conocimiento en soportes tecnológicos como portal *web*, (Valero et al., 2017, p. 550) y el Observatorio Digital con enfoque de proceso. (Medina et al., 2018, p. 283) Este estudio asume la posición de los modelos de gestión del conocimiento de Nonaka & Takeuchi (1995) por sus basamentos conceptuales y el modelo de integración tecnológica de Kerschberg (2001) el cual asiente la importancia de una arquitectura informacional potenciada para apoyar un sistema procesal de transferencia del conocimiento e información marcando una etapa generacional de contenidos.

El enfoque comunicacional de generación del conocimiento que se presenta está estructurado en tres fuentes: identidad, cultura y patrimonio. Permite integrar al hombre en sus comunidades para ser actor social innovador en función del desarrollo sostenible, actualizando y resignificando procesos culturales. Incluye desde el conocimiento adquirido hasta el conocimiento avanzado o en proceso de construcción social para la aplicación o generalización. Este sistema de

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

conocimiento es generado mediante conexiones de redes de saberes en su entorno, programas y proyectos de cooperación para la investigación de las identidades, las culturas autóctonas y el registro documental de los objetos y elementos valorados como patrimonio de la región. De esta forma, las redes del conocimiento lograrán introducir y generalizar los resultados a través de plataformas digitales, mapas interactivos, cartografías histórico-sociales y *sitios Web* localizados en varias comunidades.

El conocimiento de la identidad

El primer planteamiento está en definir desde la concepción filosófica qué es la identidad para poder comprender su significado y las reinterpretaciones dadas por la ciencia. La identidad es, ante todo, el constante “yo”, el conjunto de rasgos objetivos y subjetivos que caracterizan y distinguen un objeto o sujeto, en concordancia con su naturaleza. Está estructurada de forma dinámica por el ser y sus rasgos individuales y colectivos, es la determinación de lo que es, en sí, y no otra cosa. Ser todo uno, sin coincidencia ni semejanza. Implica la alteridad, el vínculo de otro diferente y se objetiva de forma dinámica y permanente.

La condición natural de la identidad permite clasificarla en diversas categorías tales como: la identidad del ser social en su espacio privado o público que se caracteriza por los rasgos físicos y espirituales, los significados compartidos, la conducta y la conexión afectiva interna y externa formada por percepciones, interpretaciones y deducciones de la realidad, las cuales expresan el modo de existir en dependencia de su pertenencia, capacidades y creatividades; la identidad de las individualidades o de las colectividades que se inscriben en un espacio geográfico cultural, territorio, región, nación y la identidad construida en comunidades urbanas, rurales y virtuales con fines estratégicos o nuevos modos culturales.

Esta valoración permite distinguir al hombre desde su existencia hasta la transformación social de su identidad originaria, así como los valores culturales que influyen en los modos de actuar y su nivel de conocimiento, afirmándose que cada sujeto es portador de una identidad como conciencia de sí mismo, construida en su interacción con los otros, intercambiando y haciendo historias, cambiando, transformándose en constante contradicción y aceptación en un medio social.

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

La identidad está estructurado en tres elementos, primero, los individuos y sus cualidades personales que lo identifican: características como religión, género, etnia, clase, profesionalidad, sexo, nacionalidad, cultura; en segundo lugar, el elemento material, la propiedad como significado de la extensión de la personalidad: inmueble, edificio, ropa, trabajo, tierra, monedas, objetos o formas de entretención y arte; en tercer lugar, la construcción del sí mismo supone la existencia de “otros” en un doble sentido, afirmando “que todo ser es idéntico consigo mismo y, por lo tanto, una cosa no puede ser y no ser al mismo tiempo y desde un mismo punto de vista”. (Larraín, 2001, p.21- 48)

Este autor reconoce que la identidad supone la existencia del grupo humano, responde no tanto a la pregunta ¿quién soy yo?, como a la pregunta ¿cómo me gustaría ser ante la imagen pública? Se presupone que la identidad y la cultura están asociadas a la percepción que existe y tienen otros de los modos de vida e ideas para construir el medio social interno y externo del hombre en su interacción colectiva, haciendo énfasis en el poder y la virtud del conocimiento de su comunidad.

De este modo se recapitula lo expresado por José Martín Hurtado Gálvez (2005) “la conceptualización de lo que es, o puede llegar a ser, la identidad, empieza precisamente en las contradicciones que manifiesta al momento de su existencia como término y posibilidad holista de ser a través de su existencia de sujetos concretos”. p.28

La identidad posee sentido, significados compartidos en un contexto y adaptación, permitiéndole al hombre integrarse a otras culturas; posee funciones de identificación de una personalidad jurídica o natural siendo esencial para el reconocimiento ante la sociedad y a su vez como valoración social, aunque no se asumen en este texto las identidades profesionales o de oficios que están asociadas a las ocupaciones laborales sino a las identidades basadas en la relación del sujeto con su medio social, las relaciones entre los actores sociales en la comunidad. La aludida identidad comprendida desde lo filosófico hasta lo pragmático como lo esencial del ser en el centro estratégico y como un proceso de cambio cultural “en” y “para” las comunidades, con fines de lograr la aceptación social y el

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

favorecimiento de la imagen ante los otros y ante las mediaciones de las políticas de gobernanza de las naciones.

En esta dirección está la identidad del ser en las colectividades, con énfasis es los rasgos físicos, dotados de objetividad, a su vez integrado a la identidad de la naturaleza y modos culturales de vida, que tienen un significado para la comunidad o varias naciones, sus atributos son compartidos por la humanidad con independencia de las identidades de cada región; asimismo forman parte de esta integración los símbolos de identidad de las naciones que identifican los países, comunidades o grupo social y que son asumidos por la cultura de todos los habitantes de una zona geográfica unificada en estrecha relación argumentando que: La cultura alude a nuestras prácticas, creencias y significados rutinarios, fuertemente sedimentados, mientras la identidad se refiere a los sentimientos de pertenencia a un colectivo. El problema teórico deriva del hecho empíricamente constatable de que las fronteras de la cultura no siempre coinciden con las fronteras de la identidad. (Grimson, 2010, p.63)

El conocimiento de la identidad parte del aprendizaje de los conceptos universales y los propios de cada cultura, formando un conjunto de saberes cognitivos, tecnológicos, valores éticos, estéticos, histórico-literarios y patrimoniales. Esta noción es el punto de partida para reconstruir, afirmar identidades, asumir de forma colectiva el sistema de conocimiento e información de las identidades construidas. La identidad de las comunidades de la región latinoamericana se caracteriza por amplias transformaciones sociales, fundamentándose las estrategias para entrar y salir de la modernidad, reconociendo el cambio cultural en este escenario: América Latina si se ha modernizado. Como sociedad y como cultura: el modernismo simbólico y la modernización socioeconómica no están ya tan divorciados. El problema reside en que la Modernización se produjo de un modo distinto al que esperábamos en decenios anteriores. En esta segunda mitad del siglo, la modernización no la hicieron tanto los Estados sino la iniciativa privada. La "socialización" o democratización de la cultura ha sido lograda por las industrias culturales –en manos casi siempre de empresas privadas– más que por la buena voluntad cultural o política de los productores. Sigue habiendo desigualdad en la

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

apropiación de los bienes simbólicos y en el acceso a la innovación cultural, pero esa desigualdad ya no tiene la forma simple. (García, 2006, p. 69)

Para construir lo propio en las comunidades actuales se necesita de la apropiación colectiva de las riquezas, pero la situación de las comunidades de la región es otra, existe una apropiación desigual en un mundo competitivo donde se reducen las relaciones entre las culturas auténticas y las culturas modernas. Al mismo tiempo, se aprecia entre los cambios favorecedoras de la época, el crecimiento de las identidades regionales y nacionales con una calidad de vida más industrializada e informatizada, un nivel de urbanización del 75,3 %, se observa una mayor productividad y creación de empleo con ofertas superiores en la educación y la información, pero sin calidad, amplia diversidad de expresiones culturales y del mercado cultural, artístico y literario.

Mientras los Estados insulares presentan desastres naturales, países sin litoral, algunas naciones altamente endeudadas, comunidades que no pueden garantizar los recursos hídricos, permanencia de notable deforestación y del medio ambiente marino. (CEPAL, 2015)

A pesar de estas realidades, las comunidades de la región obtienen su sostenibilidad e identidad nacional, sus habitantes son portadores de una cultura de resistencia y resiliencia regional formada por una unidad lingüística y simbólica como afirmación de quién es la comunidad, qué representa esa comunidad para el desarrollo de la región y cómo esta se ve a sí misma.

Cuando se analiza el término latino, acuñado para designar a los habitantes de las comunidades latinoamericanas y caribeñas se proyectan relaciones socioculturales como miembros de esa gran comunidad. En gran parte, esta familia latina está formada de los rasgos de identidad de las naciones de la región; pero también está dotada de las características y atributos de un concepto más amplio comunidad iberoamericana. A pesar de la diversidad cultural los miembros de las colectividades se reconocen por su condición nacional, donde existe no un ser, sino varios ser, por tanto, la identidad de la comunidad está determinada por varias identidades individuales y las funciones sociales de la comunidad.

Esto significa que la identidad de las naciones y comunidades no es un fenómeno de creación o destino, sino de determinación; asimismo, se hace referencia al

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

término caribeño para identificar a los países de la comunidad del Caribe, donde se evidencian las características comunes a los países de la comunidad latinoamericana y es que no siempre se reconoce la cultura caribeña con sus entrelazadas raíces latinas. En ocasiones se ven como ramas del mismo árbol y en otras circunstancias sociales son separadas por su concepción insular, donde la cultura es jerarquizada por la geografía sin valorar que se comparte una historia común, lenguas y mares que unen las naciones incluidas la identidad y cultura de la región. En esta versátil realidad el ser humano, “se forma como interlocutor gradualmente a través del diálogo que se da inserto en una comunidad”. (Taylor, 1985, p.190)

La identidad es como un todo, cuyas partes integrantes marcan la diferencia en el contenido y en la forma de interpretar la realidad y asentar la cultura. Esa unidad entre el ser y las formas de relación hacen que la identidad se signifique como el conjunto de rasgos y atributos que singularizan una comunidad e identifican las formas de organización social en un entorno físico y virtual, que pueden ser hereditario, constitucional o de ambas determinaciones.

De modo que la identidad tiene una función social en la comunidad, determina ¿quiénes son?, ¿de dónde vienen?, ¿qué hacen?, ¿cómo hacen? Esto revela un grado de conocimiento respecto al valor de la identidad, situando al relieve las características psicológicas matizada por la diversidad de sentidos, emociones, convicciones y gestos que forman una imagen pública paradigmática de la cultura, modos y estilos de vida, que son notorias en las comunidades y grupos sociales.

Una comunidad es: “un conjunto (*set*) de individuos que (1) comparten entre sí, total o parcialmente, una vida común o forma de vida; (2) concede –y es consciente y cada uno es consciente de que los otros lo son– valor intrínseco a esta vida común o forma de vida; (3) siente, o está dispuesta a sentir, algún grado de alta consideración de uno respecto al otro; y (4) coopera, o está dispuesta a cooperar, uno con otro para preservar y favorecer la vida común o forma de vida. (Convay, 1996, p.141)

Cada comunidad local está inmersa en un entorno más amplio, nacional, donde coexisten elementos de la identidad regional; pero cada colectividad se distingue de

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

los otros, por su identidad propia, formas de organización y valores. A margen de estas reflexiones Campos Winter (2018) argumenta:

(...) es un hecho de que en el contexto globalizado las identidades individuales y del estado-nación no se han perdido, pero si es necesario aceptar que se encuentran en un proceso de cambio. Para que este proceso tenga como resolución un fortalecimiento y proyección de tales identidades, es necesario valerse de otras identidades que no han formado parte importante de la discusión; las identidades culturales regionales. (Campos, 2018.p.199)

De modo, que el concepto de identidad ha evolucionado convirtiéndose de una condición de naturaleza humana a una posición transversal de existencia humana dando paso a las identidades sociales, territorial, regional, nacional, donde se identifican las formas de accionar de las identidades consideradas como: identidad legítima, inherente a los miembros de la comunidad lingüística y del habla de un territorio con rasgos nativos compartidos que datan desde los orígenes e historia de las civilizaciones y conservan sus raíces culturales; identidad formada o construida con rasgos culturales contemporáneos integrada a los valores tradicionales; identidad reconstruida formada por nuevos rasgos culturales de modernidad y postmodernidad cultural que se desarrollan y se crean en las comunidades a partir del cambio de época con el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

La identidad es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria (por ejemplo, los casos de refugiados, desplazados, emigrantes, etc.). Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras. (Molano, 2007, p.69)

En los diversos modos de enunciación, la identidad agrupa rasgos distintivos que identifican a un hombre, un grupo social, una nación o comunidad y está compuesta por elementos de la memoria histórica y las expresiones culturales desarrolladas en el presente y el reconocimiento del pasado. Entonces se reafirma que la identidad se caracteriza por el conjunto de rasgos que distinguen y diferencian a personas,

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

comunidades y naciones, su sello de exclusividad, que la legitima en su razón de ser y filosofía asumida. Responde ¿qué es y cómo? se establecen relaciones de interdependencia entre lo que se hace y lo que se dice, así como los métodos y estilos de convivencia en congruencia con el principio de la lógica de la identidad, los valores y los signos atribuidos.

Conocimiento de la cultura

La cultura es conocimiento vital para preservar el patrimonio, es un acto de responsabilidad compartida, es la herencia del pasado y el legado del presente para las generaciones del futuro, forman una riqueza de conocimientos y recursos de valor social, de ahí la pertinencia de su protección para la sostenibilidad de la diversidad cultural de las comunidades locales y naciones. Al respecto, Giménez (2011) define que:

Cultura es la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en “formas simbólicas”, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados, porque para nosotros, sociólogos y antropólogos, todos los hechos sociales se hallan inscritos en un determinado contexto espacio-temporal. (Giménez, 2011, p.109).

Este criterio repasa que el hombre a lo largo del tiempo, aprende a conocer la cultura regional a diferenciarse de otras identidades continentales europeas, asiáticas, africanas, sin desestimar que es un sujeto transformador de su patrimonio local, que a la vez es parte del patrimonio universal, formando una configuración social de la historia, de la evolución de las civilizaciones en cada época.

Las comunidades han logrado enriquecer esa diversidad cultural con sus experiencias y vivencias, reflejando en sus relaciones los modos y estilos de vida cotidiana más por asunción cultural que por apropiación colectiva de sus culturas autóctonas, aunque, “carecen de la instrucción y los recursos cognitivos y prácticas necesarias para aprovechar el desarrollo científico –técnico contemporáneo y

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

utilizarlo para una explotación racional y sustentable de los recursos naturales de los territorios donde viven”. (Salas et al., 2013, p. 10)

La diversidad cultural tiene su expresión en el patrimonio de la localidad y la nación, al mismo tiempo refleja rasgos inherentes a la identidad de la comunidad, la cual, desarrolla una gama de manifestaciones del arte y la cultura a través de la creación, la producción, extensión, promoción y disfrute de cualquiera de sus formas de presentación tradicional, digital o como resultado de la hibridación tecnológica. Se afirma que “La diversidad cultural es la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos, y las sociedades”. (Unesco, 2005)

Se reconoce en la comunidad internacional la aprobación de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005), a través de la cual se formaliza la naturaleza cultural y económica de las expresiones culturales, la comercialización de los productos y servicios culturales, siendo fuente de ingreso para el desarrollo local, aunque existe un desequilibrio en los procesos de gestión cultural de algunas manifestaciones artísticas, ya que algunas son favorecidas por la industria cultural y otras están sumergidas a su desvalorización, siendo importante conocer aquellas expresiones culturales que poseen una significación histórica y valoración como objeto o elemento patrimonial.

Como argumentó Quintar (2018) es necesaria una propuesta para América Latina. “La diversidad cultural en los procesos de formación es indispensable desde la perspectiva política de la educación para producir conocimiento histórico” p.221. Hay que crear ámbitos alternativos para construir conocimientos de la historia local y transferirlo al hombre para su desempeño cultural.

Y es que “la cultura es conocimiento socialmente adquirido y socialmente compartido y transmitido” (Lage, 2013, p.66). Asimismo “abarca el extenso e impalpable territorio de la espiritualidad humana, con las tradiciones, costumbres, valores y una memoria transmitida por las vías formales implementadas por el sistema de educación y aquella otra que se construye a través de la comunicación oral y constituye nutriente esencial de los sueños y de las expectativas de vida”. (Pogolotti, 2018, p 2)

Conocimiento del patrimonio

Por su parte, el patrimonio es el conjunto de bienes constitutivos por una sociedad de creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tienen especial relevancia en la historia de las civilizaciones, la cultura en general, la ciencia y los avances tecnológicos, integrando el sistema de identificadores de la cultura nacional. Su riqueza material y espiritual es una fuente de innovación social al servicio de un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo de las comunidades.

Los elementos culturales que sean considerados como patrimonio implican un autoreconocimiento de la comunidad, una voluntad y un deseo de recuperación de esa determinada memoria, lo cual involucra, además, una relación particular con el tiempo: con el pasado, con el presente y con el futuro. (Massó, 2006, p.89)

El patrimonio tiene una función social que trasciende la conservación de elementos especialmente valiosos o significativos que evidencian su inclusión en una instancia colectiva de identidad. “Presenta múltiples dimensiones: cultural, física, digital, medioambiental, humana y social. Su valor, es tanto intrínseco como económico”. (Unesco, 2006)

Tal y como dijo Hernando (2009) “el patrimonio, es uno de esos mecanismos, imprescindibles para la conversación de la identidad “de lo que queda y por tanto seguimos siendo, de lo que hace fuerte al grupo y lo distingue de los demás”. p.92

Como se devela, la construcción social del patrimonio significa un proceso de definición e interrelación de los sujetos con los objetos valorados, un reconocimiento público que es enraizado en la identidad cultural de los miembros de una organización, donde “los objetos materiales no son patrimonio por sus cualidades intrínsecas (naturaleza, tradición, historia, estética), sino por lo que pasan a significar” (Mariano & Conforti, 2013, p.283)

Desde esta posición Rivero & Martínez (2016) afirman que: Las identidades aparecen como un reflejo de un listado de rasgos culturales objetivos compartidos o bien como una expectativa que busca explicar lo que la gente hace o debería hacer con base en quiénes son o a qué cultura pertenecen”; originada dentro de una organización social, desarrollada por el conocimiento y representada por símbolos que responden a una cultura e interrelacionada con el patrimonio. p.116

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

Según Carrión (2020) el patrimonio y la cultura son inherentes a la identidad, basado en que “el patrimonio cultural es todos aquellos bienes culturales que son reconocidos como parte de la herencia colectiva por los miembros de determinada sociedad otorgándole un determinado significado y valor simbólico”. p. 7

De ahí que todo patrimonio es fuente de conocimientos, conformado por el lenguaje, símbolos de identidad, ceremonias, mitos, documentos, objetos, relaciones y modos de actuación social.

El patrimonio y la identidad son objeto de la preservación de la memoria histórica de cada pueblo y de sus vínculos culturales, debiéndose gestionar las funciones para el enriquecimiento espiritual y material de la sociedad, en particular los valores autóctonos de las diferentes regiones. Es parte del patrimonio cultural su historicidad, lo perdurable, componente necesario e imprescindible de su identidad, aquello que se ha mantenido en el tiempo a pesar de los cambios sociales y que poseen un significado expresado mediante signos y símbolos. (Fonseca & Brull, 2020, p. 386)

La salvaguardia de las identidades, la cultura y el patrimonio de las comunidades locales urge de cambios estratégicos basados en el conocimiento científico, la investigación e innovación para hacer sostenible las naciones de la región.

Conocimiento e información para la sostenibilidad nacional

Constituyen bases para la sostenibilidad nacional los postulados axiológicos, los valores simbólicos que representan y reflejan las culturas de las comunidades, donde el legado es modificado o readaptado a los nuevos contextos, en tanto el ser social consciente de su realidad y su existencia intenta reinterpretar su responsabilidad social con la memoria histórica, apropiándose del deber hacer por encima del deber ser en su relación con el conocimiento legado, lo cual es condicionado por las relaciones socioeconómicas. Este afianzamiento de los valores de identidad desde la autodeterminación cultural y economía son dos ejes estratégicos cardinales para el desarrollo social de las comunidades.

La identidad como expresión de las afirmaciones culturales y sociales ligadas a la nacionalidad; al surgimiento de las existencias y del sistema de valores que

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

distinguen y diferencian la razón de ser de las naciones y las prácticas culturales de sus miembros.

Así pues, los valores simbólicos de las identidades construidas forman el conjunto de signos que representan o poseen una significación para algo o para alguien, en un tiempo determinado, expresando una esencia personal o social. Tal y como dice Dormaels (2012) “vemos crecer la importancia de lo local, el cambio de paradigma del poderoso estado-nación por la economía globalizada, debilitar las instituciones y fortalecer la legitimidad de las comunidades para decidir sobre su cultura, sus raíces y su patrimonio” p. 9.

Y es que el conocimiento y la información son esenciales para el desarrollo humano, desde cualquier perspectiva organizacional de aprendizaje, comunicación, ciencia, tecnología e innovación. “Desde la gestión del conocimiento, hay un fuerte interés por potenciar la creación y la adquisición del conocimiento, lo cual se puede lograr a través de la interacción social, ya sea interna o externa”. (Saladrigas, Yang y Torres, 2016, p.578)

Sin embargo, esta creación de conocimientos precisa de paradigmas culturales contextualizados en las comunidades y a favor de su crecimiento, asimismo de nuevos valores sociales que contribuyan a la sostenibilidad local en coherencia con su identidad nacional. Para ello, se presenta como alternativa en la tabla, los posibles cambios de los valores sociales con fines estratégicos.

Tabla. Valores sociales para la sostenibilidad de las comunidades locales

Nº	Valores sujeto a cambio	Valores de la sostenibilidad	Objetivos estratégicos para la sostenibilidad
—	Globalidad	Localidad	Forjar el sentido de pertinencia a las comunidades a través de la historia local.
—	Incoherencia	Coherencia	Contribuir a la coherencia social de las identidades, la cultura y el patrimonio en las acciones discursivas y en la práctica social
—	Desequilibrio	Equilibrio	Instrumentar el equilibrio entre la conservación de las identidades y culturas de las comunidades urbanas y rurales, y entre las creaciones humanas para la transformación social y el medioambiente.
—	Unicidad	Diversidad	Diversificar la cultura visual del patrimonio artístico-literario atendiendo a los cambios tecnológicos para el acceso de los contenidos de las instituciones educacionales, culturales y sociales.
—	Fragmentación	Integración	Fortalecer la cooperación internacional mediante megaproyectos integradores de las ciencias sobre la base de la identidad, la cultura y el patrimonio de la región.
—	Generalización	Particularidad	Promover los valores identitarios y la cultura autóctona de la localidad.

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

—	Unilateralidad	Multilateralidad	Renovar los patrones de servicios de comercialización de los productos culturales y el patrimonio para el turismo en el mercado regional e internacional basado en el multilateralismo.
—	Insalubridad	Salud	Potenciar el patrimonio humano y social de forma inclusiva y equitativa con condiciones y recursos de salud.
—	Analfabetismo	Educación	Fomentar el conocimiento científico, la información y la comunicación de la identidad, la cultura y el patrimonio local como recurso de crecimiento del desarrollo humano con base en la objetividad y transparencia de los mensajes,
—	Desempleo	Empleo	Significar la generación del conocimiento para el empleo en función de la cultura y el patrimonio.
—	Ilegítimo	Legitimidad	Actualizar los signos y símbolos de identidad y los procesos de legalización de los contenidos que forman parte del fondo documental y digital del patrimonio.
—	Renuencia	Resistencia	Fijar los límites de las identidades en las comunidades existentes en el territorio en función de conservar el patrimonio y equilibrar las culturas frente a la destrucción de los valores autóctonos y frente a las mutaciones del escenario regional.
—	Exclusión	Inclusión	Favorecer el flujo de servicios y beneficios comunes asociados al patrimonio humano y social desde la inclusión de todos los géneros y razas.
—	Inmovilidad	Innovación	Reconstruir y salvaguardar el patrimonio regional como fuente de innovación.
—	Pobreza	Riqueza	Potenciar el valor económico de la cultura y el patrimonio en empresas e instituciones de servicios como regeneradora de la riqueza material y espiritual.
—	Conflictos	Paz	Integrar todas las formas de organización social en función de afirmar y proteger la soberanía de las identidades, culturas propias y los valores patrimoniales de las comunidades locales y regionales.
—	Insostenible	Sostenible	Reutilizar el conocimiento a través de las experiencias y vivencias acumuladas, y añadir nuevos valores a la cultura y el patrimonio de la localidad como fuente de saberes, innovación e ingreso económico.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Estos cambios culturales requieren de un amplio sistema de conocimientos dotado de valores que propicien la sostenibilidad desde la teoría del conocimiento científico, la educación en la comunidad, la conservación de la memoria histórica, las tradiciones, costumbres y nuevos valores donde el hombre desempeñe un papel activo en el desarrollo local, reafirmando “que estamos en presencia de un cambio civilizatorio previo, que tiene que ver con el paso de la sociedad industrial a una sociedad post industrial, llámese informática, llámese de comunicación, llámese digital” (Garretón, 2021, p. 202).

Y es que las interacciones sociales mediadas por computadoras y tecnologías digitales identifican conexiones transnacionales entre continentes, regiones, naciones; entre grandes civilizaciones para las cuales se destinan mensajes y valores simbólicos que promueven ideas y comportamientos.

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

En este sentido, se revela las implicaciones e interpretaciones culturales de la comunicación *on-line*, la construcción de identidades en las comunidades virtuales, donde se manifiesta la teoría de la autorrealización y autoevaluación personal ¿cómo me veo? y ¿cómo quiero que me vean?, convirtiéndose en el centro de las interacciones, en ocasiones en sus actos de “Yo” interno, rigurosamente individual, alejado del desarrollo social de las comunidades.

De modo, que la cibercultura, ha propiciado un nuevo espacio público en el que se producen matrices y líderes de influencia en las redes sociales virtuales, formando piezas de una nueva estrategia de comunicación para intentar controlar globalmente todo. Como avizó Noam Chomsky (2000)” No es una exageración decir que a los esfuerzos dedicados a controlar nuestras vidas son una cuestión recurrente en la historia del mundo, con especial énfasis en los últimos siglos, escenario de grandes cambios en las relaciones humanas y en el orden mundial”. p. 2

En el ciberespacio se construyen y promueven identidades más enfocadas en las personas que en la identidad de las comunidades locales, llegando a valorarse la individualidad por encima de los valores culturales de cada región o territorio, dejando a un lado la teoría de la sociedad del conocimiento y la información para el desarrollo colectivo.

Sin lugar a dudas enfrentamos una moderna conceptualización, un nuevo ecosistema comunicacional que emerge de las prestaciones de Internet, donde se construyen otras formas de presentar las identidades, de construir la identidad narrativa y visual, diseños y ediciones de contenidos que modifican sentidos, opiniones y comportamientos sociales. En este espacio, la comunicación social debe erigirse como un proceso estratégico en función de la sostenibilidad de las identidades, la cultura y el patrimonio de cada comunidad.

De ahí que el modo estratégico para la generación del conocimiento en las comunidades requiere de:

1. Del conocimiento empírico al conocimiento científico y tecnológico reutilizando las experiencias y vivencias culturales de los miembros de la comunidad.
2. Del conocimiento teórico a la validación del aprendizaje cultural existente en las colectividades para apoyar la creación y gestión del conocimiento en correspondencia con la realidad de la comunidad.

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

3. Del conocimiento personal adquirido al conocimiento colectivo compartido en las comunidades para la búsqueda de soluciones científicas y domésticas.
4. Del conocimiento propio al conocimiento apropiado por las diversas culturas para generar nuevos conocimientos y tecnologías integradas.
5. Del conocimiento generado al conocimiento transferido con innovación propia.

En este sentido, se afirma el papel estratégico de la comunicación social para la generación del conocimiento, la cual contribuye con sus procesos interactivos de mensajes y diseños de contenidos a la afirmación de identidades y su visibilidad. De igual forma permite estudiar la identidad y la cultura sobre nuevos significados, legitimar los modos culturales de actuación y de representación social de la realidad.

Conclusiones

En la construcción teórica que se presenta se fundamenta las tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles a partir de un enfoque integrado de la identidad, la cultura y el patrimonio. Aporta una concepción emergente y estratégica para reafirmar las identidades, las culturas propias y salvaguardar el patrimonio de las comunidades basadas en el conocimiento e información, proponiendo los valores sociales deseados para favorecer el cambio en las colectividades de la región. Se hace énfasis en la generación de contenidos identitarios de cada nación mediante la conceptualización, diseño e implementación de estrategias de desarrollo local, asimismo la necesidad de gestionar un ecosistema del aprendizaje para conocer y reafirmar las identidades e interactuar con las culturas autóctonas, étnicas y asentamientos humanos diversos, valorando sus aportes al progreso de la humanidad y reutilizando sus vivencias en los procesos de la ciencia e innovación para lograr comunidades sostenibles.

La investigación devela posiciones teóricas y procederes para repensar la pertinencia de la generación de contenidos de identidad nacional y su conservación. En este sentido las comunidades necesitan redefinirse y legitimar su identidad ante la sociedad, apropiándose colectivamente de su historia y cultura ante la

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

construcción de nuevas identidades en los diversos espacios públicos territoriales, físicos y virtuales.

Referencias bibliográficas

- Adams, L. & Lamon. B. T. (2003). Knowledge Management Systems and Developing Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Knowledge Management* 7(2): 142–54. <https://www.semanticscholar.org/paper/Knowledge-management-systems-and-developing-Adams-Lamont/e974f9f72d8cf5622238e0d16109a22596011c10>
- Asamblea de las Naciones Unidas. (2015). Agenda 2030. Objetivos para el Desarrollo Sostenible. ONU. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Brull, G.M., Rey. P., & Fonseca, A. (2021). Knowledge management according to the symbolic heritage of universities. *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS) Volume 04 - Issue 03, 2021*. www.ijlrhss.com || PP. 01-08
- Campos, W. H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Cinta Moebio*. (62), pp.199-212. doi: 10.4067/S0717-554X2018000200199. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0717-554X2018000200199&lng=es&nrm=iso
- Carrión, Wilmer M. (2020). De bien cultural a patrimonio cultural: El patrimonio como símbolo. *Revista Academia*. [https://www.academia.edu/17267088/El patrimonio cultural como símbolo](https://www.academia.edu/17267088/El_patrimonio_cultural_como_smbolo)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2015). Desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe: seguimiento de la agenda de las naciones unidas para el desarrollo post-2015 y río+20 www.cepal.org/rio20
- Convay, D. (1996). “Capitalism and Community”, *Social Philosophy and Polity*, p. 141.

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

Chomsky, N. (2000). *El control de nuestras vidas*. Biblioteca Digital: Difunde la idea. <https://w3.ual.es/Universidad/CGT/pagina/SALA%20DE%20LECTURA/chomsky%20control.pdf>

Davenport, T. & Prusak. L. (2000). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Massachusetts, Estados Unidos: Harvard Business School Press. <http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/518/Working%20Knowledge%20How%20Organizations%20Manage%20What%20They%20Know.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Darroch, J. (2003). Developing a Measure of Knowledge Management Behaviors and Practices. *Journal of Knowledge Management* 7(5): 41 –54. https://www.researchgate.net/publication/220363182_Developing_a_measure_of_knowledge_management_behaviors_and_practices

Dormaels, M. (2012). Identidad, comunidades y patrimonio local: una nueva legitimidad social. *Revista Alteridades*, 22(43), 9-19. <https://www.google.com/Revista+Alteridades>

Fonseca, A., & Brull, M. (2020). Patrimonio cultural e identidad en las universidades. *Revista Conrado*, 16(74), 379-386. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>

García, C. N. (2006). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires. Editorial Paidós. <https://monoskop.org/images/7/75/CancliniNestorGarciaCulturashibridas.pdf>

Garretón, M.A. (2021). ¿Cambio epocal? Reflexiones en dos momentos de la pandemia. *Revista Mexicana de Sociología* 83, núm. especial (marzo) pp: 197-215. <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v83nspe/2594-0651-rms-83-spe-197.pdf>

Giménez, G. (2011). Comunicación, Cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas. *Revista Cultura y Representaciones Sociales*, vol.6, n.11, pp.109-132. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S200781102011000200005&lng=es&nrm=iso

Grimson, A. (2010). Culture and Identity: two different notions”, *In: Social Identities*, vol. 16, n° 1, January 2010, pp. 63-79. <http://www.ramwan.net/restrepo/identidad/Cultura%20e%20Identidad-grimson.pdf>

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

Gilber, J. (2017). La Redefinición de las Identidades de los Cientistas Sociales Latinoamericanos: ¿Hacia un Nuevo Colonialismo Intelectual? *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva*, 11(1): 35-55.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/rlei/v11n1/art04.pdf>

Hernando, G. A. (2009). El Patrimonio: entre la memoria y la identidad de la Modernidad Facultad de Geografía e Historia. Universidad Complutense de Madrid. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. *Revista Ph*, (70), 88-97.
https://www.academia.edu/3984947/El_Patrimonio_entre_la_memoria_y_la_identidad_de_la_Modernidad

Hurtado, J.M. (2005). La identidad desde la Teoría de lo Difuso. *A Parte Rei. Revista de Filosofía*, p.28 <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/hurtado28.pdf>

Kerschberg L. (2001). Knowledge Management in Heterogeneous DataWarehouse Environments. *Lecture Notes in Computer Science*, 2114.
<http://eceb.vse.gmu.edu/pubs/KerschbergDaWak2001.pdf>

Lage, Dávila. A. (2013). *La Economía del Conocimiento y el Socialismo*. Ciudad de La Habana. Editorial Academia.

Larraín, J. (2001). *Identidad Chilena*. Capítulo 1. El concepto de identidad. Identidad y mismidad. *Santiago: Ed. LOM*, pp.21-48
<https://www.buenastareas.com/materias/concepto-de-identidad-de-jorge-larrain/0>

Mariano, C., & Conforti, M. (2013). Del registro al patrimonio, un camino con curvas cerradas. Gestión del patrimonio arqueológico y comunicación pública de la ciencia. *Revista Colombiana de Antropología*, vol. 49, núm. 1, enero-junio pp. 279-300. <http://www.scielo.org.co/pdf/rcan/>

Massó, G. E. (2006). La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo. *Revista Theoria*, 15(1), 89-99.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2991510>

Mattelart, A, & García, C. A. (2007). Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, sociedad de control - Entrevista con Armand Mattelart», *Cultures & Medina, D., & Noriega, D. et al.* (2018). Modelo conceptual para la gestión del conocimiento mediante el observatorio. *Revista Ing. Ind. vol.39, n.3, pp.283-290*.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v39n3/1815-5936-rii-39-03-283.pdf>

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, núm. 7, mayo, pp. 69-84, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Molina, B. A. (2018). La incorporación de la cultura y el patrimonio en el desarrollo sostenible: desafíos y posibilidades. *Revista de la Escuela de Estudios Generales* 8(1), 51-82. <http://dx.doi.org/10.15517/h.v8i1.31465>

Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995 a). *The Knowledge creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation*. USA, New York: Oxford University Press.

Nonaka, I. & Takeuchi, H. (2000b). *Gestión del conocimiento: la empresa creadora de conocimiento*. Harvard Business Review. p.27. España: Ediciones Deusto.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2005). Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, UNESCO. <https://es.unesco.org/creativity/diversidad-cultural>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2006). Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Textos básicos de la Convención del Patrimonio Mundial de 1972. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO. <http://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-562-2.pdf>

Pogolotti, Graciela. (2018). Una cultura de la resistencia. *Juventud Rebelde*. 30 de junio. <https://www.juventudrebelde.cu/opinion/2018-06-30/una-cultura-de-la-resistencia>

Quitar, E. B. (2018). La diversidad cultural en América Latina. Un problema ético político para la formación y la producción de conocimiento: *Paulo Freire*. *Revista de Pedagogía Crítica*. Año 16, N° 19, enero –pp221-248. <http://revistas.academia.cl/index.php/pfr/article/view/975/1051>

Rivero, P. J., & Martínez, V.S. (2016). Cultura e identidad. Discusiones teóricas-epistemológicas para la comprensión de la Contemporaneidad. Universidad de Jaén. *Revista Antropología Experimental*, 16(8) ,116-118. <https://doi.org/10.17561/rae.v0i16.3132>

Tres fuentes de generación del conocimiento para emprender comunidades sostenibles: identidad, cultura y patrimonio

Rivero, A. S. (2014). Propuesta de un sistema de indicadores para el control de la gestión del capital humano. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.V.2, pp. 1-21
<http://caribeña.eumed.net/wp-content/uploads/control-gestion.pdf>

Robles, A. (2010). Interpretación a los modelos de generación y gestión del conocimiento.

Visión Gerencial, núm. 1, enero-junio, pp. 121-133 Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46554588301>

Saavedra, J.J.; Verdugo, D. & La cruz, A. (2000). *Gestión del conocimiento*.
<http://www.gestiondelconocimiento.com>.

Salas, Q. H., Serra, P.M.C. & González de la f. I. (2013). *Identidad y patrimonio cultural en la América Latina. La diversidad en el mundo globalizado*. Edición. Instituto de Investigaciones Antropológicas. México. Primera Edición, pp9-488.

Saladrigas, Medina H., Yang Y., y Torres, Ponjuan D. (2016). Relación conceptual entre la gestión de la comunicación institucional y la gestión del conocimiento. *Rev. Cuba-inf. cienc. Salud*.Vol.27. No (4). *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*. <http://scielo.sld.cu/pdf/ics/v27n4/rci11416.pdf>

Taylor, Ch. (1985). "Atomism", en *Philosophy and the Human Sciences*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 190-191.

Valero, J.J, López, M.P. & Pirela, G.A. (2017). Sistema de gestión de conocimiento para comunidades académicas. *Opción*, Año 33, No. 82, pp, 550-562

Vessuri, H. (2004). La Hibridización del Conocimiento. La Tecnociencia y los Conocimientos Locales a la Búsqueda del Desarrollo Sustentable. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, vol. 11, núm. 35, mayo-agosto, pp. 171-191
<https://www.redalyc.org/pdf/105/10503507.pdf>

Conflicto de intereses

La autora declara que no existe conflicto de intereses.