

Método híbrido para determinar los símbolos de identidad del patrimonio universitario

Hybrid method to determine the identity symbols of the university heritage

Dr.C. Maribel Brull-González, brull@uo.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0001-6253-9915>

Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

Resumen

El tema de los símbolos de identidad constituye una necesidad dada por el perfeccionamiento de los procesos formativos en la gestión del sistema de educación. El objetivo es fundamentar el método híbrido para determinar los símbolos de identidad con valor patrimonial desde la perspectiva de la Universidad de Oriente. Para ello, se utilizó la combinación de la metodología de investigación cualitativa y cuantitativa con énfasis en la hermenéutica; la aplicación de las técnicas de análisis de contenido, entrevistas semiestructuradas, grupos de discusión y la observación. El resultado es la introducción del método híbrido en la gestión del conocimiento y la información para determinar los símbolos de identidad que forman parte del patrimonio de la organización. El mismo está formado por el análisis integrado de varias ciencias que reconocen caracterizar, clasificar y determinar los símbolos con valor patrimonial, utilizando una matriz de correlación. Como conclusión el método híbrido facilita el reconocimiento del conjunto de símbolos de identidad de la organización con el fin de promover su salvaguardia como patrimonio cultural.

Palabras clave: método, símbolos, identidad, patrimonio, universidad.

Abstract

The issue of identity symbols is a necessity given by the improvement of training processes in the management of the education system. The objective is to base the hybrid method to determine the symbols of identity with patrimonial value from the perspective of the University of Oriente. For this, a combination of qualitative and quantitative research methodology was used with emphasis on hermeneutics; the application of content analysis techniques, semi-structured interviews, focus groups and observation. The result is the introduction of the hybrid method in the management of knowledge and information to determine the identity symbols that are part of the heritage of the organization. It is formed by the integrated analysis of various sciences that recognize characterize, classify and determine symbols with heritage value, using a correlation matrix. In conclusion, the hybrid method facilitates the recognition of the set of identity symbols of the organization in order to promote its safeguarding as cultural heritage.

Keywords: method, symbols, identity, heritage, university.

Introducción

Los símbolos de identidad están relacionados con la historia, el patrimonio y la cultura, expresan el origen de los objetos y elementos que caracterizan la personalidad y presentación social de las organizaciones. Su estudio requiere de un proceso de integración de las ciencias, y las tecnologías para la implementación de las políticas públicas educativas y culturales en coherencia con la formación permanente del profesional de la educación, el desarrollo del conocimiento y la salvaguardia de los símbolos con valor patrimonial.

A partir de la literatura científica referenciada se sustentan las aportaciones científicas de los autores (Peirce, 1986; Arjona, 1986; Lotman, 2000; García, 2006; Massó, 2006; Hernando, 2009; Dormaels, 2012; Correa, 2012; Mariano & Conforti, 2013; Rivero & Martínez, 2016; Tello, 2017; González, 2019; Valdez, Huerta & Flores, 2019; Carrión, 2020; Marrero & Romero, 2020; Fonseca & Brull, 2020) quienes reconocen las esencias de los símbolos, la identidad y el patrimonio de las organizaciones, así como los estudios de los símbolos en su conexión con el patrimonio material e inmaterial con vista a la identificación y conservación de la memoria histórica.

Por otra parte, (Antúnez, Figueroa, Burgal & Aranda, 2020; Brull, 2020; Cañizares, Quevedo & García, 2021; González, 2021) sistematizan la importancia de la formación de competencias del profesor universitario y el perfeccionamiento en el uso de los métodos generales y específicos para la gestión del conocimiento científico en un contexto donde las universidades se extienden con la virtualización de la educación dando cumplimiento a los protocolos de bioseguridad sanitaria ante los rebotes de la pandemia de la Covid-19. Simultáneamente se producen cambios culturales incrementándose el número de usuarios en plataformas digitales que traen nuevos modos y efectos en el aprendizaje; por otro lado, la confluencia de identidades y mensajes simbólicos propios o ajenos a la nación o la región, siendo motivo de oficiar una comunicación sostenida de los símbolos que identifican las organizaciones. En el escenario internacional García Canclini (2006), avizoró que se encuentran cada vez más razones para emplear “Las políticas de hibridación que servirán para trabajar democráticamente con las divergencias (...)” (p. 349).

Concerniente a este tema, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2006) desde su surgimiento tiene como objetivo promover la identificación, protección y preservación del patrimonio cultural y natural de todo el mundo, considerado un tesoro universal. A pesar de estas pautas, se identifica una insuficiente gestión del conocimiento de los símbolos en los procesos formativos, no siempre se protegen y dominan, requiriendo de una conceptualización estratégica, determinación y comunicación en correlación con el patrimonio universitario, donde se argumenten los símbolos y su importancia en la identidad cultural. Otro problema es que no se actualizan los símbolos para desarrollar los procesos de construcciones de identidades y su registro público atendiendo a su dimensión espacial y uso.

Símbolo, identidad y patrimonio son tres conceptos interactivos que expresan significados culturales y sociales ligados a la nacionalidad, al surgimiento de las cosas. Son tres partes del sistema de valores que distinguen y diferencian la razón de ser de las organizaciones, las prácticas culturales de sus miembros. Su unidad epistemológica presupone caracterizar, clasificar y determinar los símbolos, asimismo gestionar desde la educación la comunicación de los símbolos con valor patrimonial, siendo cardinal su conocimiento. Al respecto el objetivo de la investigación es fundamentar el método híbrido para la determinación de los símbolos de identidad con valor patrimonial desde la perspectiva estratégica de la Universidad de Oriente.

Se parte de la idea de Peirce (1986) que:

(...) Un Símbolo es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el Símbolo se interprete como referido a dicho Objeto (p. 31).

Una idea, frase, objeto o elemento representativo de una cosa o de alguien más que su significado puede ser una interpretación cultural de valor social que es asociada a comportamientos que indican una acción colectiva.

En este sentido, Lotman (2000), caracteriza el símbolo “por la presencia de un elemento icónico, por determinada semejanza entre el plano de la expresión y el del contenido” (p.100). Asumiendo esta reflexión, los símbolos son una representación social con funciones

educativas, culturales y comunicativas. Constituyen no solo lo innegable, sino lo que personifica la identidad, las ideas y valores en lo que creen los miembros de una organización.

Mientras la identidad es el conjunto de rasgos que distinguen y diferencian, es el ser y la razón de ser de la organización, siendo los símbolos un componente de la identidad cultural. En relación, el patrimonio es el conjunto de bienes que hay que conservar por y para la humanidad. El mismo refuerza la identidad y es una fuente de conocimiento para la comprensión de la evolución humana. Asimismo es uno de esos mecanismos imprescindibles para la conversación de la historia, “fechan para organizar nuestra memoria con referencias espaciales y de esta manera, con la estructura consustancial a los mitos, hablar de esencias, de permanencias, de lo que queda y por tanto seguimos siendo” (Hernando, 2009, p.92).

Así pues, los símbolos de identidad son el conjunto de signos que representan o poseen una significación para algo o para alguien, en un tiempo determinado y expresan una esencia personal o social. Lenguas, banderas, marcas, emblemas, escudos, saludos, vestuario, obras de arte, ritos, recursos naturales, edificaciones, productos, servicios, música identifican e indican el origen de un grupo social o económico, organizaciones, naciones, regiones o ciudades. Reafirmando que “un símbolo es un tipo de signo que además de contener un plano de la realidad específico, también tiene direccionalidad y tonalidad definida por la cultura y la historia” (Correa, 2012, p.15).

Los símbolos instituidos en el sistema de identidad representan una fortaleza para la comunicación, convirtiéndose en el centro de la imagen, las relaciones y al mismo tiempo en el centro de conflictos. Como alegó (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).

Este fortalecimiento requiere del conocimiento relacionado de la identidad y los símbolos. “La identidad debe ser considerada como parte estratégica de la política de toda institución de educación” (Valdez, Huerta & Flores, 2019, p. 1).

Los símbolos desde la configuración estratégica de la sostenibilidad de la educación, la conservación de la memoria histórica, las tradiciones, costumbres y valores humanísticos de las organizaciones tienen un papel activo en el proceso formativo. Son reflejo y

representación de una cultura que es dada en una dimensión espacial, caracterizan el surgimiento no solo por los elementos que nos remiten al pasado, sino por todo aquello que nos remite a la identidad nacional, encierran un significado y sentido de pertenencia. “Cuando un signo no sólo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo” (González, 2019, p.84).

En el ámbito docente, la noción y la significación de los símbolos desde la perspectiva interna sustenta “el papel activo, de sujeto de la formación, es imprescindible para alcanzar los resultados” (González, 2020, p.13).

El nivel de conocimientos, está asociado a la adquisición de conocimiento comprensivo acerca de la profesión y la cultura inherente a ella, de la actualidad de problemáticas derivadas del desarrollo científico técnico, y de la necesidad de proteger el patrimonio tangible e intangible de la humanidad para futuras generaciones desde su formación profesional (Marrero & Romero, 2020, p. 103).

Siendo vital la formación del profesorado en materia de símbolos de identidad y patrimonio para promover valores “de manera tal que sepa y pueda realizar sus valoraciones logrando que las mismas se correspondan con la significación real que posee el objeto que es valorado” (Cañizares, Quevedo & García, 2021, p.343).

Dada estas reflexiones, surge la necesidad de instituir el método híbrido para la gestión del conocimiento de los símbolos de identidad de la Universidad de Oriente y determinar los que poseen un valor patrimonial para la organización. El mismo posee un carácter correlacionar, facilita el perfeccionamiento de los sistemas de formación, información científica, comunicación educativa, gestión documental del patrimonio, la construcción de identidades, la formación de la imagen de los procesos de internacionalización y acreditación de las universidades.

Materiales y métodos

Para fundamentar el uso del método híbrido se comparte la experiencia obtenida desde la práctica del conocimiento de los símbolos de identidad de la Universidad de Oriente. Para su comprensión se añade la figura 1: expresión gráfica de la investigación.

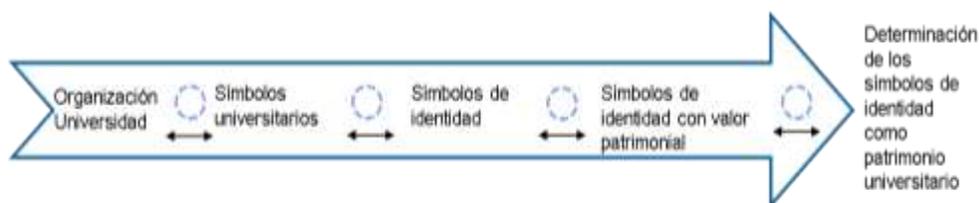


Figura 1. Expresión gráfica del conocimiento. Fuente. Brull, 2021

En este proceso investigativo se integraron las ciencias de la Educación, Historia, Semiótica, Comunicación Social, Sociología y Tecnología, asumiendo los conceptos de símbolo, identidad y patrimonio y sus expresiones en los centros de educación superior, además de las interconexiones de los métodos, técnicas cualitativas y cuantitativas, el uso de los métodos analítico sintético que consiste en separar, analizar e indagar en el objeto de estudio, para luego integrar las partes de manera holística. En este caso se analizaron los contenidos de cada símbolo por medio de muestreos como en su conjunto, estableciendo las categorías y clasificaciones, procedimientos e instrumentos contruidos en congruencia con los objetivos. Mediante programas de computadoras se realizó la caracterización y evolución de la diversidad de símbolos.

El estudio abarcó 248 obras documentales de carácter histórico, la aplicación de 15 entrevistas semiestructuradas a expertos y la técnica de grupo de discusión integrado por 6 personas de cada área del conocimiento, asumiendo de una población estimada de 580, un muestreo de 376 fuentes informativas. Se analizaron diferentes distintivos: símbolos lingüísticos, patrios, acústicos, visuales, de oralidad y culturales, logrando la identificación de 20 símbolos. La curaduría de datos de archivo, informes, discursos, revistas, folletos y libros de valor histórico permitió registrar 17 símbolos de valor patrimonial correspondientes a las 5 etapas de existencia de la universidad, desde 1947 hasta el 2020. Los resultados se



muestran en los gráficos 1 y 2, donde las percepciones varían, no existiendo una concepción análoga de los símbolos de la organización sustentada en un enfoque multidisciplinario, donde se aprecian símbolos tangibles y no tangibles.

El análisis integrado de las ciencias, la combinación de los métodos teóricos y empíricos, el inventario y tabulación de los símbolos de identidad por naturaleza, funciones y relaciones; el registro fotográfico de los símbolos; la caracterización de cada símbolo con un enfoque multidisciplinario, así como el uso de varios instrumentos facilitaron la introducción del método híbrido en el estudio de los símbolos de identidad con valor patrimonial; configuración teórica que sostiene la clasificación de los símbolos en tres grupos, así como la determinación de las características esenciales: rasgos y atributos, funciones, públicos, relaciones, apropiación, ciclo de vida, comunicación y usabilidad. De igual forma, se elaboró una matriz como instrumento organizativo y de solución estratégica para determinar el conjunto de símbolos de identidad de la organización.

Resultados

Método híbrido para determinar los símbolos de identidad del patrimonio

El desarrollo de Internet contribuyó al surgimiento de nuevos ecosistemas de comunicación y formas de aprendizajes, siendo el método híbrido una alternativa para la continuidad de la enseñanza, el funcionamiento de varios procesos formativos de la educación y el desarrollo de las relaciones interpersonales en las comunidades virtuales, donde se combinan medios y recursos didácticos de modalidad presencial, semipresencial y a distancia.

“El método es el camino para obtener un determinado resultado en la actividad científica que se propone. Es la ruta no solo del aprendizaje, sino también del entrenamiento y el cumplimiento de los objetivos establecidos en un área del conocimiento” (Brull, 2020, p. 8).

De modo que instituir el método híbrido en la gestión del conocimiento y la información de los símbolos de identidad tiene un enfoque educativo y cultural basado en un análisis integrado de ciencias y disciplinas correlacionadas con varias perspectivas analíticas y sistémicas. Tiene como principio la hibridación como construcción de práctica social que se identifica por el cruzamiento de conceptos, culturas y tecnologías.

Se parte que el método híbrido es el conjunto de paradigmas, modalidades, sistemas, enfoques, componentes, elementos, procedimientos e instrumentos controlables e interrelacionados para ser usados en una investigación científica combinando técnicas híbridas cualitativas y cuantitativas en busca de soluciones estratégicas ante la existencia de un problema científico identificado en un espacio organizacional de educación, ciencia, tecnología e innovación. Se caracteriza por ser un fenómeno de diversidad e inclusión; unidad e integración.

Asimismo se presenta como método híbrido cuando en las organizaciones se refleja una realidad interpretada de diversas formas en circunstancias disímiles y se muestra la variedad de perspectivas de la ciencia y el reconocimiento de la pluralidad de experticias. De esta forma, la hibridez se presenta como un método de mediación simbólica para ejercer el diálogo de saberes e identidades, encontrar soluciones y respuestas a interrogantes entre el pasado convencional y sus tradiciones, el presente de la modernidad y el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Posee muchas ventajas para la gestión de contenidos de varios temas, en este caso para sugerir plantillas o modelos de análisis, creación y comunicación de símbolos en plataformas digitales.

Clasificación de los símbolos de identidad.

Los símbolos de identidad se tipifican en esta investigación en tres grupos; el **primer grupo**, pone **énfasis en el espacio del símbolo**, el lugar donde se erigen y son valorados por su alcance universal, nacional, organizacional o de la localidad; el **segundo grupo**, abarca los **símbolos del ser** que poseen un carácter personal, grupal, intergrupal o colectivo; el **tercer grupo**, hace **énfasis en el tiempo** de los símbolos, el ciclo de vida en la organización.

Grupo I. **Los símbolos espaciales**, ponen énfasis es el concepto espacio del símbolo, físico o virtual. Está formado por tres subgrupos los **símbolos universales** que se caracterizan por ser objetos, elementos o sujetos de un alcance total que tienen un significado para la organización, la comunidad o varias naciones, sus atributos son compartidos por la humanidad con independencia de la variedad simbólica de cada región; **los símbolos nacionales** son el conjunto de símbolos de una nación que identifican los pueblos, comunidades o grupo social y que son asumidos por la cultura de todos los habitantes de una

zona geográfica unificada; **los símbolos de la organización** representan la identidad y cultura de sus miembros, responden a la misión y visión de la entidad.

Grupo II. Los **símbolos del ser**, son aquellos establecidos por la asunción del ser, los significados compartidos y la conducta de los miembros de la organización, tienen una conexión afectiva interna y externa formada por percepciones, interpretaciones y deducciones de la realidad, expresan el modo de existir en dependencia de su pertenencia, capacidades y creatividades. Lo integran tres subgrupos, los **símbolos de la razón de ser** de la organización, que son creados con fines estratégicos, asociados a la misión y visión, donde se identifican banderas, **logo símbolos**, frases, colores y estructuras; los **símbolos del ser lo que es** la organización integrado por las personalidades reconocidas por la obra de la vida, desde su origen hasta el desarrollo. Son personas que tienen un significado especial para otras, representan una originalidad dentro de un colectivo o grupo social que se manifiesta en el nivel de aceptación cultural; los **símbolos del ser**, tienen una significación muy personal o para determinados grupos que expresan emociones, gestos, sentimientos, ritos, modas, música, espectáculos. Pueden ser apropiaciones culturales del saber popular con gran influencia en la conducta. Tienen su base en las apreciaciones individuales y la empatía.

Grupo III. Los **símbolos de secuencia** son aquellos que promueven procesos sociales de sucesión histórica, transitan del pasado al futuro, su marcador identitario perdura a pesar del tiempo. Este grupo está formado por tres subgrupos, **los símbolos heredados**, son aquellos símbolos que a pesar del tiempo mantienen una apropiación colectiva cultural y un uso social para determinadas organizaciones o grupos. Están ligados a la identidad nacional y local; **los símbolos circunstanciales**, están asociados al presente, responden a eventos o actividades no sistematizadas; **los símbolos de continuidad** hacen énfasis en los valores que quedan y siguen en la memoria e identidad de la organización.

El enfoque simbólico de los tres grupos valora el conocimiento de emisores y receptores en coherencia con la capacidad creativa, el dominio histórico, cultural y el lugar que ocupa el símbolo dentro de su propia realidad.

El método híbrido y la matriz como instrumento.

La matriz de símbolos de identidad organizacional (Matriz-SIO) es un instrumento construido especialmente para aplicar el método híbrido en el análisis y determinación de las

tipologías de símbolos de identidad, su contenido, funciones, relaciones y uso. Permite organizar la información y los datos de los símbolos, identificarlos, ordenarlos y relacionarse de forma que faciliten su fácil y rápido acceso. En cada cuadrícula convergen las filas y columnas de los tres grupos clasificados. En las filas se relacionan los símbolos y en las columnas se ubican primero las características y luego se definen los tipos de símbolos. El cruce de las filas y columnas de cada grupo aporta la valoración de cada símbolo dentro del conjunto organizacional.

Como herramienta, la matriz asiente datos cualitativos y cuantitativos de los símbolos de identidad según el objetivo trazado. Su determinación facilita la gestión del conocimiento y la comunicación en función del proceso formativo, permite listar los niveles de relaciones existentes: el símbolo con otros símbolos, el símbolo con otros objetos patrimoniales y los símbolos con los sujetos receptores y valoradores. Se identifican los símbolos atesorados, los que se distinguen, los símbolos de continuidad o desvalorizados.

Procedimiento

Los pasos para el desarrollo de la matriz requieren de la articulación de las técnicas de observación, análisis de contenido y documental integrando disciplinas y técnicas esenciales para la obtención de la información. Es primordial la organización, almacenamiento y procesamiento de la información para su posterior registro documental; de ahí que se detallan las sendas a seguir:

1. Listar los símbolos de identidad reconocidos por la organización.
2. Describir los rasgos y atributos de los símbolos tangibles e intangibles en una ficha de contenido o *Excel*, según los tres grupos de clasificación. Tabla 1.

Tabla 1. Características de los símbolos de identidad.

Clasificación			Características de los símbolos									
Grupo	Sub-grupos	Símbolos	Registro de los símbolos	Rango y atributos	Función	Público	Interacción	Apropiación	Ciclo de vida	Redes de Comunicación	Uso	Total
I	1	Símbolos naturales										
	2	Símbolos racionales										
	3	Símbolos de la organización/ comunidad	Escudo									
II	1	Símbolos de la razón de ser organización/ comunidad	Escudo		Educ.		Alta	Alta	Década	Humana Tecnológica	Elevado	
	2	Símbolos del ser personal, grupal o colectivo										
	3	Símbolos del ser organizacional										
III	1	Símbolos hereditos	Escudo	1947	Cultural	Univ.		Grupal y Colectiva		Sostenida	Estable	
	2	Símbolos circunstanciales										
	3	Símbolos de continuidad	Escudo	1947-2021		Univ.		Colectiva		Alcance interno y externo		
Total de símbolos												

Fuente. Brull, 2021

3. Caracterizar los símbolos atendiendo a: descripción de los **rasgos y atributos**, formas, proporciones, tipografía, eslogan, colores y cualidades intrínsecas de cada símbolo; **funciones** culturales, técnicas, sociales, educativas, estéticas y comerciales agrupadas por el objetivo e intencionalidad con que se creó el símbolo; **públicos**, segmento de la membresía; **interacción** formal estructurada y organizada o informal no estructurada y espontánea, puede ser alta, media y baja; **apropiación**, por asociación, experiencia o preferencia cultural o social, puede ser alta, media y de baja significación personal, grupal, colectiva; **ciclo de vida**, está determinado por el tiempo de duración; **redes de comunicación**, mensajes verbales y no verbales, tipologías de medios de comunicación, redes de alcance interno y externo, puede ser sostenida (diaria), estable (semanal o mensual) inestable o escasa; **usabilidad**, rango en que un símbolo puede ser usado por un grupo o varios miembros de la organización con determinados logros, consigue ser elevado, mediano y bajo con frecuencia diaria, semanal, mensual o eventual de forma directa o indirecta.
4. Construir la matriz con criterios cualitativos y cuantitativos según los objetivos. Extraer y procesar la información por cada grupo, estableciendo la correlación entre los símbolos. Tabla 2.

Tabla 2. Matriz de símbolos de identidad organizacional (Matriz-SIO)

Matriz-SIO		Correlación de los símbolos de identidad de la organización							
Clasificación		Tipologías de símbolos							
Grupos	Sub-grupos	Símbolos	Símbolos naturales	Símbolos lingüísticos alfabéticos e icónicos	Símbolos históricos-culturales	Símbolos artísticos literarios	Símbolos monumentales arquitectónicos	Símbolos científicos técnico-innovación	Total
I	1	Símbolos universales							
	2	Símbolos nacionales							
	3	Símbolos de la organización/comunidad		2	1, 2,				
II	1	Símbolos de la razón de ser de la organización.			1, 2				
	2	Símbolos del ser personal, grupal o colectivo.				10			
	3	Símbolos del ser organizacional							
III	1	Símbolos heredados		2	1, 2				
	2	Símbolos circunstanciales						14	
	3	Símbolos de continuidad			1, 2	10	3, 4, 5, 6		
Total de símbolos									

Fuente. Brull, 2021

Correlación de los tres grupos

Los símbolos de los tres grupos se ordenan a través de la matriz y de la clasificación del lenguaje de los símbolos de la organización, identificándose las tipologías siguientes: natural, lingüístico, histórico-cultural, artístico-literario, monumental- arquitectónico y científico, técnico e innovación.

Le precede un orden jerárquico atendiendo a la fecha de sus orígenes y la sucesión de cada símbolo, debiendo identificarse con un número. Se debe valorar la expresión convertida, símbolo en símbolos como por ejemplo el escudo universitario y sus derivaciones en otros, como la bandera universitaria.

Los símbolos de la organización del Grupo I se cruzan con los Grupos II y III. Los que aparecen en los tres grupos son determinados como de Alta transcendencia e impacto social, los que aparecen en los dos grupos son de Mediana transcendencia y los que se registran en un solo grupo son de Baja transcendencia. Los símbolos que se determinan en el tercer grupo, como heredados son valorados como patrimonio, lo que se infiere su continuidad. Los símbolos clasificados en los tres grupos forman un sistema y tienen una función integral específica como un todo diferenciado.

El cruzamiento de los valores de los símbolos del presente, del pasado y las proyecciones del futuro se realizan listando y ponderando de forma razonada los bienes espirituales y materiales basado en la creación y la significación que tienen para el colectivo, evaluando su categoría de símbolo patrimonial, como se aprecia en la tabla 3. El objeto o elemento valorado no se aborda como valor de uso o valor de intercambio, sino como valor simbólico, posee un significado compartido y declarado por la organización como referente de la cultura instituida.

Tabla 3. Cruce de los valores simbólicos

		Valores que se transfieren al futuro	
Valores del presente	Valores de los símbolos del ser de la organización 1. 2.	Valores de los símbolos de continuidad 1. 2.	Valores patrimoniales
	Valores de los símbolos heredados 1. 2.	Valores de los símbolos patrimoniales 1. 2.	
		Valores transferidos desde el pasado	

Fuente. Brull, 2021

El método propuesto se modula a través de los sistemas, procesos de la información y la comunicación. El intercambio de datos y mensajes de los símbolos de identidad permite modelar y actualizar el uso racional de los mismos, su significado, interpretación y repercusión en los espacios universitarios y los efectos en el comportamiento social del colectivo, donde existen diversas tendencias sobre el uso de los símbolos: algunos usan lo que ven, otros usan lo que valoran y los demás lo que implican, asociado a la imagen personal o la influencia del colectivo.

Al finalizar del procedimiento se debe planificar las posibles estrategias o alternativas educativas, culturales y comunicacionales de mayor a menor impacto social de cada símbolo lo que permite conocer los símbolos predominantes, en uso y de valor patrimonial para la universidad y la localidad con vista a su proyección como sistema integrado de símbolos. Se debe elaborar la alternativa comunicacional de visibilidad y posesión de los símbolos: medios de comunicación, canal, redes, medios, frecuencia, soportes digitales y *web*.

Los niveles de interrelación de los miembros de la organización con los símbolos y la cultura comunicacional existente, el inventario y actualización de las tecnologías de los medios de

comunicación es fundamental sobre la base de las emisoras radiales, periódicos, TV, Sitios *Web* y el uso de plataformas digitales como el Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) y otras modalidades de Internet.

El método híbrido proporciona de manera flexible el conocimiento de los símbolos de identidad de la organización, evidenciándose la necesidad de seguir gestionando la integración de los procesos de ciencias con innovación en las universidades donde se asume que “(...) con un enfoque dialéctico materialista, se pueden identificar diferentes etapas que en su esencia facilitan la consecución del estudio a través de pasos lógicos y concatenados, que no niegan la relación entre las diferentes etapas, ni sus niveles jerárquicos al estar en interrelación constante hasta la introducción de los resultados a la práctica social” (Antúnez, p, 432,2020).

Discusión

Los símbolos de identidad se integran a la gestión organizacional con fines estratégicos educativos para difundir saberes y conservar historias, culturas, riquezas materiales y espirituales a través de la formación del profesional en las universidades. Constituyen un ciclo permanente de creación, transferencia e innovación, que son interrelacionados con el patrimonio como conjunto de bienes propios, antes espiritualizados, hoy capitalizados y adscritos a un ordenando social compartido. Como definió Arjona (1986), el patrimonio como “la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza, y que (...) son las evidencias por las que se identifica la cultura nacional” (p. 42).

Los símbolos de identidad con valor patrimonial son bienes constitutivos por la sociedad o la organización, como resultado de la creación y la evolución cultural, alcanzando esta condición por el significado otorgado por un colectivo organizacional. En este sentido, (Massó, 2006) aportó que “Los elementos culturales que sean considerados como patrimonio implican (...) una relación particular con el tiempo: con el pasado, con el presente y con el futuro” (p. 89).

Como expresara Mariano & Conforti (2013) “los objetos materiales no son patrimonio por sus cualidades intrínsecas (naturaleza, tradición, historia, estética), sino por lo que pasan a

significar” (p. 283). Y es que el símbolo de valor patrimonial trasciende de forma significativa siendo evidente su inclusión en la identidad.

Los postulados de 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 en base a quiénes son o a qué cultura pertenecen” (p.116).

De esta forma, “La axiología del patrimonio (...) es una interacción dinámica que se da en la relación entre el patrimonio objeto valorado y los sujetos valoradores” (Tello, 2017, p.96). Siendo en este caso el profesional universitario el valorador. De ahí que Carrión (2020) considera la identidad en el patrimonio y asume “a 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).

La construcción social del símbolo de identidad como 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. El lenguaje, los gestos, ritos, ceremonias, tradiciones, mitos, monumentos, obras de arte, relaciones y modos de actuación social. “Tienen como fuente el sistema de conocimientos, 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. 388).

Como se revela, las teorías estudiadas inscriben como características de los símbolos sus niveles funcionales y relaciones sociales en correspondencia con el origen histórico y cultural, argumentan las interconexiones entre conocimiento, significación, comunicación e interpretación de los símbolos por los miembros de la organización.

En este orden aportan postulados científicos varios autores, donde coexisten dos posiciones, los que consideran objetos y elementos del patrimonio con valor simbólico (Massó, 2006; Mariano, 2013; Martínez, 2016; Tello, 2017 & Carrión, 2020) por citar algunos de sus exponentes y los que adicionan objetos o elementos que son símbolos de valor patrimonial, entre ellos Fonseca & Brull (2020).

Los fundamentos teóricos examinados suscitan el análisis de los símbolos de identidad en relación con el patrimonio utilizando el método híbrido en la gestión del conocimiento y la información para determinar cuántos símbolos y cuáles símbolos forman el sistema simbólico de la organización con valor patrimonial. La introducción de este método constituye una innovación de la organización y en la organización educativa y sociocultural de la ciencia aplicada al proceso de indagación de nuevas ideas y aportaciones para la sostenibilidad de la educación y su legado cultural.

Conclusiones

- 1. El estudio de los símbolos de identidad con valor patrimonial es un contenido esencial de las universidades. Su conocimiento y uso requiere de la formación de un profesorado con competencias comunicativas y culturales.*
- 2. La investigación aporta un método híbrido para determinar los símbolos de identidad con valor patrimonial en las universidades, el cual permite conceptualizar, diseñar y desarrollar estrategias de gestión del conocimiento, comunicación y conservación de los valores propios de la organización, así como comprender el lenguaje de los símbolos, los significados, funciones y relaciones de los procesos de gestión institucional.*
- 3. La Matriz-SIO es un instrumento creado para facilitar saberes y registro de los símbolos de identidad valorados por la organización como patrimonio cultural. En la actualidad este resultado se encuentra en fase de aplicación a través de dos tesis que responden a un Doctorado en Ciencias de la Comunicación, y una Maestría en Lengua y Discursos.*
- 4. La Universidad de Oriente es un megasímbolo, constituido, heredado y formado por un conjunto de símbolos que integran la identidad organizacional con un valor social, educativo y patrimonial que merece el conocimiento y salvaguardia cultural, debiéndose intensificar el estudio permanente por sus miembros.*

Referencias bibliográficas

1. Antúñez, C., J., Figueroa, C. E., Burgal C., C. J. & Aranda, R. Y. (2020). La clase como método científico. *Maestro y Sociedad*, 17(3), 426-436. Recuperado de <http://maestroysociedad.uo.edu.cu>
2. Arjona, P. M. (1986). *Patrimonio Cultural e identidad*. La Habana: Editorial Letras Cubanas.

3. Brull, G. M. (2020). Método para conceptualizar carteles digitales. *Maestro y Sociedad*, 17(4), 619-634. Recuperado de <http://maestrosociedad.uo.edu.cu>
4. Cañizares G., F. P., Quevedo A., N. V., & García A., N. (2021). Formación humanística y dimensión axiológica en la formación del profesional. *Conrado*, 17(S1), 340-348. Recuperado de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
5. Carrión, W. M. (2020). *De bien cultural a patrimonio cultural: El patrimonio como símbolo*. Recuperado de <https://www.academia.edu/keypass>
6. Correa G., J. P. (2012). *Semiótica*. México: Editorial Tercer Milenio. Recuperado de <http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Semiotica.pdf>
7. Dormaels, M. (2012). Identidad, comunidades y patrimonio local: una nueva legitimidad social. *Revista Alteridades*, 22(43), 9-19. Recuperado de [https://www.google.com/Revista+Alteridades%2C+22\(43\)%2C+9-19](https://www.google.com/Revista+Alteridades%2C+22(43)%2C+9-19).
8. Fonseca, A., & Brull, M. (2020). Patrimonio cultural e identidad en las universidades. *Revista Conrado*, 16(74), 379-386. Recuperado de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
9. García, C. N. (2006). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
10. González R., B. M. (2021). Modelos de formación del profesor universitario: un tema de inaplazable innovación. *Revista Atenas*, 2(54), 174-188. Recuperado de <http://atenas.umcc.cu>
11. González, J.M. (2019). Signo y símbolo en la Sociedad, retos educativos. *Revista Con-Ciencia* 7(1), 81-89. Recuperado de <http://www.scielo.org.bo/scielo>
12. 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. Recuperado de https://www.academia.edu/3984947/El_Patrimonio_entre_la_memoria_y_la_identidad_de_la_Modernidad
13. Lotman, M. I. (2000). *La semiosfera III. Semiótica de las artes y de la cultura*. Madrid: Editorial Frónesis.
14. 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*, 49(1), 279-300. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcan/>
15. Marrero, H. & Romero, R. (2020). La competencia comunicativa en la formación de los profesionales universitarios. *Revista EduSol*, 20(72), 95-109. Recuperado de <http://edusol.cug.co.cu>
16. Massó, G. E. (2006). La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo. *Revista Theoria*, 15(1), 89-99. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2991510>
17. Peirce, S. Ch. (1986). *La Ciencia de la Semiótica*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
18. 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. Recuperado de <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae>
19. Tello, M. I. (2017). Entre signo y símbolo: una diferencia que afecta la axiología del patrimonio cultural inmueble. *Revista Gremium*, 4(8), 81-96. Recuperado de <https://editorialrestauro.com.mx/gremium/index.php/gremium>
20. Valdez, Z. A., Huerta F., D. A., & Flores Z., M. F. (2019). La Construcción de identidad universitaria: propuesta de una metodología para las Instituciones de Educación Superior. *Espirales. Revista Multidisciplinaria de Investigación Científica*, 3(31), 74-92. Recuperado de <https://doi.org/10.31876/er.v3i31.694>