

Revista de Ciencias Sociales

Comunicación de las tradiciones y la percepción en la construcción de la identidad cultural

Navarro Celis, Fabiola*
Castañeda Hernández, Giovanna**
Moreno Velazco, Fausto***

Resumen

Las tradiciones culturales juegan un papel importante al tener el compromiso de proteger costumbres, creencias y valores usando a la comunicación como el recurso para transmitir las prácticas culturales en el tiempo. México cuenta con una variedad de tradiciones culturales, entre las que destaca el día de muertos, festividad en la que se conmemora la vida de las personas que ya murieron, para los mexicanos es una tradición que conlleva una gran trascendencia popular pues transmite valores sociales a una memoria colectiva. En ese sentido, el objetivo de esta investigación fue analizar la influencia de la comunicación en la percepción y la identidad cultural, sobre las tradiciones culturales. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional, transversal, con un muestro no probabilístico por conveniencia de 84 personas que acudieron a la muestra de altares; para el análisis de los datos se efectuó un modelo de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales. Los resultados refieren que la comunicación de las tradiciones influye positivamente en la percepción e identidad cultural. Se concluye que las tradiciones son parte de la cultura, por ello es fundamental mantenerlas y generar procesos de comunicación para recrear la identidad y el patrimonio cultural intangible de México.

Palabras clave: Comunicación; percepción; tradiciones; cultura, identidad.

* Doctora en Comunicación. Docente de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales en la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Tampico, Tamaulipas, México. E-mail: fcelis@docentes.uat.edu.mx ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8108-9008>

** Doctora en Filosofía en Administración. Docente en la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Tampico, Tamaulipas, México. E-mail: gcastaneda@docentes.uat.edu.mx ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1453-704X>

*** Doctor en Administración. Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. E-mail: fmoreno@docentes.uat.edu.mx ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0626-247X>

Communication of traditions and perception in the construction of cultural identity

Abstract

Cultural traditions play an important role in the commitment to protect customs, beliefs, and values, using communication as a resource to transmit cultural practices over time. Mexico has a variety of cultural traditions, among which the Day of the Dead stands out, a holiday that commemorates the lives of those who have passed away. For Mexicans, this tradition carries great popular significance as it transmits social values to a collective memory. In this sense, the objective of this research was to analyze the influence of communication on cultural perception and identity, related to cultural traditions. The methodology used was quantitative, descriptive, correlational, and cross-sectional, with a non-probability convenience sample of 84 people who attended the sample of altars. A partial least squares structural equation model was used to analyze the data. The results indicate that the communication of traditions positively influences cultural perception and identity. It is concluded that traditions are part of the culture, therefore it is essential to maintain them and generate communication processes to recreate the identity and intangible cultural heritage of Mexico.

Keywords: Communication; perception; traditions; culture, identity.

Introducción

Para contextualizar, el origen del día de muertos para los mexicanos, se remonta a la época prehispánica; según mencionan Millán y Hernández (2019), la idea de la muerte para las etnias establecidas en América Central como lo fueron la totonaca, nahua, mexica y maya, entre otras, formó parte de la cosmovisión de la vida y la muerte.

Al respecto, la Universidad Autónoma de México (UAM, 2022) estableció que las culturas mesoamericanas prehispánicas consideraban al fallecido como una especie de semilla que generaba alimento a los vivos, de tal manera que a la muerte se le ha considerado una especie de viaje a otros mundos, pero están presentes de alguna forma en el plano terrenal. Además, los rituales a los muertos se extendían por nueve días; en el caso particular de la cultura mexicana, se realizaba un festejo al mes, después otra al año, hasta cumplirse los cuatro años.

En la actualidad gran parte de la sociedad mexicana celebra en el mes de noviembre la

festividad del día de muertos, puesto que forma parte de la construcción de la identidad cultural del mexicano. Pero la sociedad se encuentra en un proceso de avance tecnológico en las telecomunicaciones, al respecto, mencionan Delgado et al. (2020); Kino-Saravia et al. (2023); y, Bernate y Fonseca (2023), que la incorporación de las prácticas y uso de las herramientas tecnológicas, permite que las personas puedan acceder a un mundo cargado de información, además de estar en contacto con otras culturas, por lo tanto, se vuelve una ventaja para la humanidad por ser accesibles y disponibles a la información.

De manera consecuente, la interacción social e interpersonal se ha visto afectada, a causa de los medios digitales, pues son estos el canal mediante el cual se construye la comunicación que se logra entre emisor y receptor, la versatilidad, así como el interés, dependerá de las relaciones que se generen entre los actores, esto se debe a la globalización de los medios de comunicación.

Por ello, Roche y Marimón (2012) consideran que la globalización permite

se establezcan los flujos económicos, financieros, tecnológicos, culturales, sociales, comunicacionales y humanos, por consiguiente, afecta el contexto social cotidiano, porque finalmente la manera en la que se produce presenta y comercializa los contenidos por parte de los medios, así como, en las redes sociales, ocasionando que la narrativa cultural sea transmitida por actores secundarios.

La relevancia que tienen las redes sociales en cuanto a la influencia en los jóvenes no debe pasar desapercibido, la evolución de la comunicación digital en los últimos años ha logrado que las audiencias se fragmenten por la gran cantidad de contenidos que se generan, por lo tanto, la manera en cómo se transmite la cultura, puede afectar la percepción de la misma, además de la tendencia que se tiene de adoptar y tropicalizar culturas extranjeras que se vuelven tendencia en los medios masivos o en las redes sociales, siendo esto una problemática tangible para la identidad cultural de los jóvenes, así como de los infantes (Gala, 2022).

Por otra parte, se tiene que considerar la dilución de las lenguas extranjeras y las costumbres locales, por lo tanto, es importante tener a la vista la desconexión cultural que pudiera existir en los jóvenes, esta situación genera una apatía y falta de identidad de la cultura local. En ese sentido, el aporte de la presente investigación es establecer la percepción que existe a partir de la comunicación de las tradiciones y como ésta influye en la identidad cultural, por lo tanto, el objetivo de la presente investigación fue evaluar la influencia de la comunicación de las tradiciones en la percepción y la identidad cultural.

1. Fundamentación teórica

1.1. Tradición: Precisiones conceptuales y perspectivas interdisciplinarias en el contexto científico

En la actualidad es importante prestar atención a las tradiciones, prácticas sociales

y culturales de todos los pueblos con la finalidad de promover y reconocer su riqueza cultural (ONU Turismo, 2020). Para Podestá (1993), la preservación de las tradiciones, es la integración de la cultura que surge a partir de la estructuración de las dinámicas culturales y del rol que juega la tradición oral, como agente de preservación de la tradición.

En ese sentido, el mensaje permite que se discuta y reflexione a partir de las estructuras axiológicas de conocimiento y educación en las tradiciones inherentes a las actividades cotidianas; es decir la tradición le permite al individuo y a la sociedad expresar los recuerdos del pasado a partir de expresiones que forman parte de un patrimonio cultural, de esta manera se preserva a través de tradición oral cuando se comunican las convicciones o experiencias, como un conjunto inherente del conocimiento y aprendizaje de las tradiciones antiguas, en un proceso de exigencia y razón universal en la actualidad (Izquierdo, 2017; Álvarez, 2022).

Por su parte, Rieger (2018) define a la tradición como una manera de encerrar un sinfín de prácticas que se relacionan en función de la producción y difusión del discurso cultural a partir de la dimensión histórica, de tal manera que, la tradición forma parte de una práctica para transmitir ideologías socioculturales; por lo tanto la complejidad de las dinámicas sociales que emergen a partir de la concepción de las tradiciones construye a la formación de una cosmovisión compleja para concebir la dinámica social entre las diferentes culturas.

Moreno et al. (2024), establecen que la cosmovisión son aquellos abordajes cognitivos – conceptuales a partir de una visión holística, que dan resultado en un proceso, para lo cual Fontana (1970), considera que la comunicación tiene un alcance mayor, que solo transmitir algún predeterminado contenido, si no que puede abordar a partir de la producción de sentidos, considerando no solo a los códigos lingüísticos y los signos empleados en el discurso; por consiguiente, se debe tener presente el contexto referente, a partir del cual se genera el proceso comunicativo, de tal manera que la comunicación en la cultura, es

un fenómeno social, donde los involucrados en el proceso la identifican y forma parte de su cognición.

La exploración de los fenómenos sociales y la hibridación de las prácticas culturales han generado elementos que forman parte de la construcción de un marco conceptual prehispánico y una visión contemporánea de productos o procesos histórico-culturales (Portal, 1995; Loor, 2019), donde se busca comprender la identidad ancestral para construir los referentes de identidad propios.

Por lo tanto, establecer la conceptualización de la tradición es para Suárez (2012) elementos simbólicos de la identidad cultural, que representa una riqueza basado en la cultura de la humanidad, de manera tal, que permite establecer una representatividad inmaterial la cual forma

parte de un patrimonio, tal como lo menciona Maldonado (2018), evidenciando que la transmisión de la cultura recrea entre los grupos un entorno de diversidad cultural que promueve la creatividad a partir de difundir en la comunidad social la identidad de la misma.

En este sentido, la UNESCO (2024) sostiene que el patrimonio cultural incluye las tradiciones como forma de expresión vivas que se heredan de los antepasados y han sido transmitidos a las generaciones presentes y futuras, tal como se muestra en la Figura I; puesto que “el patrimonio de una nación surge como resultado de la interacción del lenguaje entre el ser humano y su medio; entre una comunidad y el territorio en que habitan, compuesto por elementos heredados y actuales, universales y particulares” (Tapia y Park, 2012, p. 687).



Fuente: Elaboración propia, 2025 a partir de la UNESCO (2024).

Figura I: Dimensiones de la expresión del patrimonio cultural

De tal manera, que la tradición oral gira a partir de contextos sociales como actos festivos, tal como lo establecen Guijarro et al. (2024), donde la cultura es parte medular; por lo tanto, los eventos toman una relevancia significativa en cuanto a la reproducción, así como la recreación del patrimonio cultural

de los grupos sociales regionales, debido a que permite que se preserven y difundan los saberes tradicionales.

Para comprender la manera en cómo la sociedad mantiene viva y recrea las tradiciones a partir de una contextualización teórica, Habermas (2018) plasma la teoría de

la acción comunicativa como una manera de definir los elementos que permitirán se genere el proceso comunicativo, en el que prevalecen dos situaciones: La primera, es la situación de la acción; y la segunda, la situación del habla, de tal manera que la interpretación conjunta de estas situaciones concretizan la relación que existe de un tema determinado, el cual, es simbólicamente representativo para determinar la necesidad real del entendimiento sobre algo en particular.

En este sentido, los actores comunicativos que son los individuos logran ponerse de acuerdo conforme a las expectativas que se tenga de la interacción cultural, por lo tanto, reconocen a las representaciones reguladas por interpretaciones cognitivas como verdad, y las interpretaciones legitimantes reguladas por las personas como son las vivencias, manifestaciones que enmarcan la cotidianidad de los individuos.

A través del enfoque teórico de la acción comunicativa, Zúñiga (2020) menciona sobre el abordaje que se hace a partir de la forma en la que se redefine la cultura, a través de ideas, legados, estructuras hegemónicas, establecidas bajo una concepción de modernidad ilustrada como son: La razón, el tiempo, la narrativa, la verdad y los valores, es decir, que la acción comunicativa se categoriza en tres dimensiones 1.- Mundo de la vida; 2.- la racionalidad; y, 3.- la comunicación, se vuelve de discernir entre los individuos.

Al respecto, Solares (1996) estructura a la teoría de la acción comunicativa y al entendimiento del paradigma de lo social, como un acto de comunicación a partir del lenguaje donde expresiones con un valor racional fundamentados en pretensión de la verdad, rectitud y veracidad, la definición de la verdad limita la objetividad de las circunstancias, en cuanto a la rectitud se construye a partir de la relación que existe entre las normas morales y los valores de las sociedades, y la autenticidad es la percepción del mundo a partir de expectativas y experiencias individuales, de tal manera que la cultura, es una manifestación legítima y real, como parte de la identidad cultural.

Por lo tanto, toda participación de manera colectiva en actividades culturales, se considera importante para la identidad cultural de los habitantes, se preservan y valoran, las manifestaciones culturales que forma parte de su realidad (Restrepo, 2021).

1.2. Percepción cultural

De acuerdo con Robbins y Judge (2023), la percepción es el proceso mediante el cual los individuos organizan e interpretan sus impresiones sensoriales para dar significado a su entorno. Mientras que para Vegara-Ferri et al. (2021), la percepción es la consideración de las opiniones que tienen las personas a corto plazo sobre eventos sociales, económicos, culturales, físicos y ambientales. Por su parte, Cubero (2005) sostiene que es un proceso constructivo que se produce de la interacción de las personas con su medio físico o cultural, mediante el cual el individuo adquiere hábitos y experiencias del contexto cultural en el que se desenvuelven.

En este sentido, la percepción cultural se refiere a cómo las personas de una cultura determinada interpretan y entienden el mundo que les rodea, basándose en sus valores, creencias y experiencias compartidas. Por ello, Matsumoto y Juang (2017) mencionan que las tradiciones juegan un papel importante en la colectividad pues son esas prácticas y creencias que se transmiten de generación en generación dentro de una comunidad, que forma parte de la identidad cultural.

1.3. Identidad cultural

La identidad cultural enmarca una serie de significados en los que interviene la percepción de los individuos en la convivencia de su día a día, por ello Lizárraga (2014), establece que: “Existen dos tipos de identidad cultural: la individual y la colectiva” (p. 52); en cuanto a la identidad cultural individual, esta hace mención a las características de las personas que lo ubican con un rol en la sociedad (edad, sexo, clase social). Por lo

que se refiere a la identidad cultural colectiva, hace referencia a las creencias, ideologías, sentimientos, así como la forma de ver el mundo de los grupos sociales con los que la persona se relaciona.

De acuerdo con lo anterior se puede decir que la identidad cultural y la percepción están relacionadas, puesto que la manera en que las personas perciben su entorno está influenciada por los valores, creencias y experiencias que forman parte de su identidad cultural. Pues la identidad cultural moldea la percepción, por ende, las tradiciones de una comunidad determinan cómo sus integrantes perciben su entorno y esto a su vez refuerza su sentido de pertenencia en la sociedad.

Por lo tanto, las tradiciones que se comparten en una comunidad ayudan a consolidar la identidad cultural, de este modo la relación entre identidad cultural y percepción es dinámica, debido a que la identidad cultural influye en cómo se percibe el mundo, y a su vez, las percepciones pueden modificar y enriquecer la identidad cultural.

2. Metodología

La presente investigación es de enfoque cuantitativo de tipo descriptiva,

correlacional y explicativa, transversal. La muestra participante estuvo conformada por 84 asistentes al evento, la selección fue no probabilística por conveniencia (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Se consideraron los siguientes criterios de inclusión: Asistentes al evento Muestra de Altares celebrado en noviembre 2024.

Se diseñó un cuestionario considerando las siguientes dimensiones: 1) Conocimiento de la tradición (CON_TRAD); 2) Comunicación de la tradición (COM_TRAD); 3) Identidad cultura (ID_CUL); y, 4) Percepción cultural (PER_CUL). El contenido del instrumento fue evaluado por expertos considerando su opinión en cuanto a claridad, coherencia, relevancia y suficiencia por cada dimensión (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008; Galicia et al., 2017), en ese sentido, la validez de contenido se realizó con la participación de cinco expertos en las áreas de comunicación y turismo.

Cada dimensión del instrumento está compuesta de diez ítems con opción de respuesta de cinco puntos en escala de *Likert* con categorías de respuesta de 1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= De acuerdo, y 5= Totalmente de acuerdo; en este sentido, los ítems utilizados para la recolección de datos en esta investigación se presentan en el Cuadro 1.

Cuadro 1
Cuestionario Percepción de las tradiciones

Constructo	Ítem
Conocimiento de la tradición (CON_TRAD)	Conozco los orígenes históricos del Día de Muertos.
	Sé qué elementos se colocan en una ofrenda de Día de Muertos.
	Conozco el significado de los elementos que conforman una ofrenda de Día de Muertos.
	Sé cuál es la diferencia entre el Día de Muertos y otras celebraciones de culto a los muertos.
	Estoy familiarizado con los símbolos típicos del Día de Muertos (por ejemplo, calaveras, cempasúchil).
	Sé qué días se celebra el Día de Muertos en México.
	Conozco las tradiciones relacionadas con el Día de Muertos en diferentes regiones de México
	Sé cuál es el propósito de la celebración del Día de Muertos.
	He asistido a eventos o celebraciones relacionadas con el Día de Muertos en mi comunidad.
	He participado activamente en actividades del Día de Muertos.

Cont... Cuadro 1

Comunicación de la tradición (COM_TRAD)	Creo que las tradiciones del Día de Muertos deben ser transmitidas a las nuevas generaciones. Considero importante comunicar el valor cultural del Día de Muertos en mi comunidad. Disfruto compartir conocimientos sobre el Día de Muertos con amigos y familiares. Creo que las redes sociales ayudan a preservar y difundir la tradición del Día de Muertos. Me gustaría que el Día de Muertos fuera más promovido en medios internacionales. Considero que los eventos públicos de Día de Muertos ayudan a difundir la tradición. Siento que es importante incluir información sobre el Día de Muertos en la educación básica. Me parece necesario comunicar el significado profundo del Día de Muertos más allá de México. Valoro las representaciones culturales del Día de Muertos en obras de arte y cine. Me gustaría participar en actividades que promuevan el Día de Muertos en mi comunidad.
Identidad cultura (ID_CUL)	Siento que el Día de Muertos es parte de mi identidad como mexicano. Identifico el Día de Muertos como un elemento esencial de nuestra cultura. Me siento orgulloso de la celebración del Día de Muertos. Considero que el Día de Muertos refleja valores y creencias importantes para mí. La celebración del Día de Muertos me hace sentir una conexión con mi comunidad. Me identifico con los símbolos y elementos de la tradición del Día de Muertos. Siento que el Día de Muertos fortalece mi sentido de pertenencia cultural. Celebro o me interesa celebrar el Día de Muertos como parte de mi herencia cultural. Me gusta compartir con otros las costumbres del Día de Muertos. Me considero una persona interesada en preservar las tradiciones del Día de Muertos
Percepción cultural (PER_CUL)	Considero que el Día de Muertos es una celebración importante para la cultura mexicana. Creo que el Día de Muertos ayuda a preservar la historia y las tradiciones de México. Valoro la originalidad de la celebración del Día de Muertos en comparación con otras festividades. Considero que el Día de Muertos es una parte significativa de nuestra identidad cultural. Pienso que el Día de Muertos representa una oportunidad para conectar con nuestros antepasados. Percibo el Día de Muertos como una forma de mostrar respeto a los difuntos. Veo el Día de Muertos como una forma de expresión artística y cultural. Me parece importante que el Día de Muertos sea reconocido y preservado. Pienso que el Día de Muertos fomenta la unidad en la comunidad. Creo que el Día de Muertos debe enseñarse y promoverse en las escuelas.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Posteriormente, se aplicó el cuestionario de manera electrónica utilizando *Microsoft Forms*, en el cual la sección 1 estuvo compuesta por variables sociodemográficas, edad, género de cada participante. Con los datos recolectados se realizó un modelo de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para analizar la correlación, dirección y fuerza entre el constructo percepción cultural y el constructo conocimiento de tradiciones, comunicación de las tradiciones e identidad cultural.

3. Interacción entre tradiciones y comunicación en la construcción de la identidad cultural: Un análisis desde la percepción y el impacto sociocultural

De acuerdo con los resultados que se aprecian en la Tabla 1, la muestra estuvo conformada por 56% (47) mujeres y 44% (37) hombres, la edad promedio fue de 25 años, la mediana 20 años, y la moda 19 años.

Tabla 1
Características Sociodemográficas

Variable	fi	Fi	hi	Hi
Edad				
18 - 20 años	49	49	58%	58%
21 - 25 años	20	69	24%	82%
26 - 30 años	2	2	2%	85%
31 - 35 años	1	3	1%	86%
36 - 40 años	1	1	1%	87%
41 - 45 años	2	3	2%	89%
46 - 50 años	3	3	4%	93%
51 - 55 años	1	4	1%	94%
56 - 60 años	3	3	4%	98%
61 - 65 años	2	5	2%	100%
65 años o más	0	0	0%	100%
Sexo				
Mujer	47	47	56%	56%
Hombre	37	84	44%	100%

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Para cada uno de los constructos se consideraron los valores como se indica a continuación, Totalmente en desacuerdo = 1, En desacuerdo = 2, Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3, De acuerdo = 4, Totalmente de acuerdo = 5, de esta manera cada una de las personas

que participó en este estudio puede calificar un mínimo de 10 a un máximo de 50 puntos en cada constructo, por consiguiente el valor mínimo de respuesta válido es 10 y el valor máximo de respuesta es 50, se analizaron los percentiles, lo cuales se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2
Resultados del análisis descriptivo de cada constructo

	Conocimiento de las tradiciones	Percepción cultural	Identidad cultural	Comunicación de las tradiciones
N	84	84	84	84
Media	43.57	45.92	44.39	44.98
Mediana	45.00	48.00	46.00	47.00
Moda	50	50	50	50
Desviación estándar	6.663	6.002	7.249	6.655
Varianza	44.392	36.029	52.555	44.289
Percentiles	25	40.00	44.00	42.00
	50	45.00	48.00	47.00
	75	49.00	50.00	50.00

Fuente: Elaboración propia, 2025.

De acuerdo con los datos obtenidos para el constructo Conocimiento de las tradiciones, Q1 (Percentil 25 = 40.00): El 25% de los datos son menores o iguales a 40; en cuanto

a la Mediana (Q2 = 45.00): El 50% de los datos están por debajo de 45 y el otro 50% por encima; y, el Q3 (Percentil 75 = 49.00): El 75% de los datos son menores o iguales a 49;

por lo tanto, el rango intercuartílico (IQR) es 9, esto indica que la mitad central de los datos tiene una dispersión de 9 puntos, por lo que hay mayor dispersión en las respuestas.

En cuanto a las pruebas de normalidad Kolmogórov-Smirnov los resultados se observan en la Tabla 3, en la cual se analizaron los datos con

pruebas no paramétricas, por lo que se calculó el Coeficiente de correlación de Spearman (Rho de Spearman), para medir el grado de asociación entre los constructos Conocimiento de la tradición (CON_TRAD), Comunicación de la tradición (COM_TRAD), Identidad cultural (ID_CUL) y Percepción cultural (PER_CUL).

Tabla 3
 Prueba normalidad Kolmogórov-Smirnov

Variable	Estadístico	gl	Sig.	Distribución de los datos
Conocimiento de la tradición	0.167	84	0.000	No normal
Comunicación de la tradición	0.224	84	0.000	No normal
Identidad cultural	0.220	84	0.000	No normal
Percepción cultural	0.248	84	0.000	No normal

Fuente: Elaboración propia, 2025.

La correlación del constructo Percepción cultural y los constructos Conocimiento de la tradición, Comunicación de la tradición,

Identidad cultural se muestran a continuación en la Tabla 4.

Tabla 4
 Resultado de la correlación de Spearman

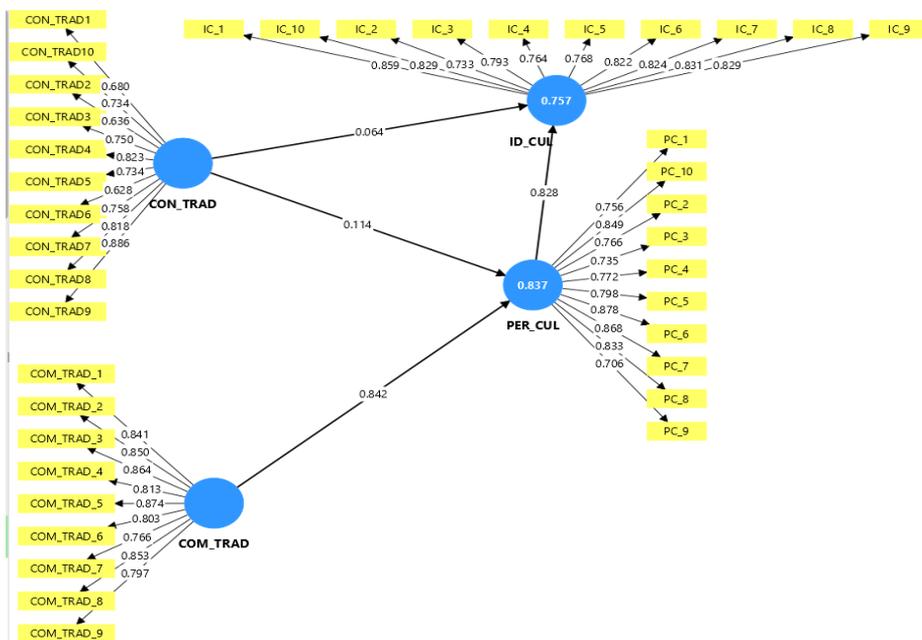
Variable	Valor	Clasificación
Conocimiento de la tradición	0.647	Correlación fuerte
Comunicación de la tradición	0.821	Correlación muy fuerte
Identidad cultural	0.792	Correlación fuerte

Nota: La interpretación de los valores se ha expresado a partir de la escala de Cohen (1988); Mukaka (2012); y, Dancy y Reidy (2017).

Fuente: Elaboración propia, 2025.

De acuerdo con los resultados presentados en la Tabla 4, se observa que existe una correlación positiva muy fuerte entre el constructo percepción cultural y comunicación de la tradición; mientras que el constructo percepción e identidad cultural la correlación es positiva fuerte; en cuanto al constructo percepción cultural y conocimiento de la tradición la correlación es fuerte.

Asimismo, se comprobaron los resultados de las cargas factoriales para determinar la confiabilidad de cada ítem. La confiabilidad de los ítems individuales se vuelve significativa cuando las cargas factoriales de cada ítem son superiores a 0,60 (Shevlin y Miles, 1998). En la Figura II, se observa el modelo de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM).



Fuente: Elaboración propia, 2025 con los resultados de los datos procesados en SMART PLS.

Figura II: Modelo de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM)

Para verificar la colinealidad interna en los datos, se calculó la confiabilidad compuesta, el Alfa de Cronbach, y la varianza media extraída de cada factor, los resultados se muestran en la Tabla 5 y se observa

que se alcanzó la validez, debido a que la confiabilidad compuesta y el Alfa de Cronbach > 0.70, la varianza media extraída de cada factor significativa > 0.50 (Alarcón y Sánchez, 2015).

Tabla 5
Resultados de confiabilidad compuesta y el alfa de Cronbach

Constructo	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
COM_TRAD	0.943	0.946	0.952	0.688
CON_TRAD	0.913	0.933	0.927	0.561
ID_CUL	0.940	0.942	0.949	0.650
PER_CUL	0.936	0.939	0.946	0.637

Fuente: Elaboración propia, 2025 con los resultados de los datos procesados en SMART PLS.

Posteriormente, se verificó la validez discriminante con el método de Heterotrait-Monotrait (HTMT) con la finalidad de ver si

las variables son realmente diferentes entre sí. Los resultados de la matriz HTMT no deben ser superiores a 0,85 para que la validez

discriminante sea significativa (Henseler et al., 2015). Los hallazgos se muestran en la Tabla 6, donde se observa que los constructos identidad cultural, percepción cultural superan 0.85, por lo que al comparar la percepción cultural y la identidad cultural con el constructo comunicación de las tradiciones

se requiere revisar los ítems debido a que presenta multicolinealidad, lo que indica que los constructos que se están comparando son muy similares, casi iguales, lo que sugiere que estas dos variables podrían estar midiendo lo mismo en lugar de ser conceptos distintos.

Tabla 6
Resultados HTMT

Constructo	COM_TRAD	CON_TRAD	ID_CUL	PER_CUL
COM_TRAD				
CON_TRAD	0.607			
ID_CUL	0.980	0.582		
PER_CUL	0.960	0.617	0.921	

Fuente: Elaboración propia, 2025 con los resultados de los datos procesados en SMART PLS.

Los resultados del modelo se muestran en la Tabla 7, donde se observa que el constructo conocimiento de las tradiciones no tiene impacto en la identidad cultural debido a que presenta una relación muy débil, así como

variabilidad STDEV=0.067. En cuanto a la relación entre los constructos conocimiento de las tradiciones y percepción cultural no tiene impacto pues igual muestra una relación débil y no es significativa.

Tabla 7
Resultados de la trayectoria del modelo

	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	P values
COM_TRAD -> PER_CUL	0.842	0.834	0.069	0.000
CON_TRAD -> ID_CUL	0.064	0.072	0.067	0.334
CON_TRAD -> PER_CUL	0.114	0.119	0.061	0.062
PER_CUL -> ID_CUL	0.828	0.818	0.075	0.000

Fuente: Elaboración propia, 2025 con los resultados de los datos procesados en SMART PLS.

De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla 7, en el modelo hay relaciones estadísticamente significativas, como el constructo comunicación de las tradiciones que tiene un efecto positivo sobre el constructo percepción cultural, O = 0.842 por lo cual, se puede decir que la relación es moderada a fuerte; adicional M = 0.834, lo que indica una relación consistente; y STDEV = 0.069 es relativamente bajo, lo que sugiere que el coeficiente es estable

y la relación entre estas variables no es aleatoria.

En cuanto a la relación entre el constructo percepción cultural y el constructo identidad cultural, la cual evidencia un efecto positivo O = 0.828, por lo que, se puede decir que la relación es fuerte; adicional M = 0.818, lo que indica una relación consistente; y, STDEV = 0.075 es relativamente bajo, lo que sugiere que el coeficiente es estable y la relación entre estas variables no es aleatoria.

Conclusiones

El cuestionario muestra valores aceptables; sin embargo, la consistencia interna presenta un valor alto de Alfa de Cronbach lo que indica que las preguntas miden la misma idea o concepto, por lo que se propone revisar o eliminar los ítems que presentan multicolinealidad. Adicional es necesario destacar que esta investigación da como resultado un instrumento válido, considerando así esta herramienta válida para medir la percepción cultural.

Los hallazgos de esta investigación confirman que la comunicación de las tradiciones influye positivamente en la percepción cultural y a su vez la percepción cultural influye positivamente en la identidad cultural. Asimismo, los resultados de este estudio aportan datos que contribuyen a la medición de constructos sobre la percepción cultural de la población en actividades culturales.

El estudio ofrece contribuciones significativas; sin embargo, es importante destacar que se enfrenta a una limitante, el número de participantes es considerado pequeño, por lo que se requiere incrementar para futuras investigaciones, con la finalidad de profundizar en la evaluación de la percepción cultural y la construcción de la identidad de la sociedad, de igual manera la difusión de las tradiciones. Se requieren mejorar el constructo conocimiento de las tradiciones.

Los hallazgos de este estudio permiten conocer la percepción de los participantes, prestando especial atención a las tradiciones. Esta información permite crear estrategias que enfatizen actividades turísticas en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones, así como prestar atención a las tradiciones, prácticas sociales y culturales.

Futuros estudios deben ampliar la muestra y abordar los constructos con mayor profundidad, de igual forma analizar otras variables que permitan estudiar la percepción y la identidad cultural, con la finalidad de difundir y promover las tradiciones, prácticas sociales y culturales, protegiendo el patrimonio

y favoreciendo el desarrollo turístico con respeto, sin dejar de lado la protección y transmisión de tradiciones, prácticas sociales y culturales a las generaciones futuras.

Analizar los fenómenos sociales culturales en la construcción del marco conceptual y la cosmovisión prehispánica ante las representaciones contemporáneas, histórico-cultural, ancestral, permite que se construyan referentes propios a los cuales se les conoce como identidad cultural, la teoría de la acción comunicativa, se aborda para establecer cómo se define la cultura, a partir de la construcción de las ideas, legados, y estructuras, ilustrando la razón a partir de la narrativa de los valores, y estos a su vez, forman parte de la identidad cultural como una serie de significados que influyen en la percepción de las personas a partir de la convivencia diaria y el conocimiento que tengan de su cultura y la tradición que se desprende de los usos y costumbres de la sociedad.

Referencias bibliográficas

- Alarcón, D., y Sánchez, J. A. (2015). Assessing convergent and discriminant validity in the ADHD-R IV rating scale: User-written commands for Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability (CR), and Heterotrait-Monotrait ratio of correlations (HTMT). *Spanish STATA Meeting*, 1-39. https://www.stata.com/meeting/spain15/abstracts/materials/spain15_alaron.pdf
- Álvarez M., M. E. (2022). Relatos orales y escuela: Hacia el fortalecimiento de la subjetividad. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(3), 390-398. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38482>
- Bernate, J. A., y Fonseca, I. P. (2023). Impacto de las Tecnologías de Información y Comunicación en la educación del siglo XXI: Revisión bibliométrica.

- Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXXI(1), 227-242. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i1.39748>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Cubero, M. (2005). Un análisis cultural de los procesos perceptivos. *Anuario de Psicología*, 36(3), 261-280. <https://revistes.ub.edu/index.php/Anuario-psicologia/article/view/8592>
- Dancey, C. P., y Reidy, J. (2017). *Statistics without maths for psychology*. Pearson Education.
- Delgado, G., Gutiérrez, R. A., y Ochoa, C. A. (2020). Competencias en uso de Tecnologías de Información y Comunicación: Estudiantes de postgrados a distancia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*; XXVI(E-2), 314-327. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i0.34130>
- Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, (6), 27-36. https://www.humanas.unal.edu.co/lab_psicometria/application/files/9416/0463/3548/Vol_6_Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf
- Fontana, N. S. (1970). La perspectiva relacional de la comunicación en los procesos de e-Salud en Brasil: El proyecto Maluco Beleza. *Revista de Comunicación y Salud*, 5, 55-67. [https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2015.5\(1\).55-67](https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2015.5(1).55-67)
- Gala, V. M. (2022). Identidad cultural en los entornos virtuales del estudiante de educación inicial en Lurigancho, Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(E-5), 36-47. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38143>
- Galicia, L. A., Balderrama, J. A., y Edel, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: Propuesta de una herramienta virtual. *Apertura*, 9(2), 42-53. <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/993>
- Guijarro, R. V., Marquinez, L. G., y Llanllan, J. G. (2024). Diversidad cultural y su impacto en el aprendizaje de los estudiantes. *Sinergia Académica*, 7(2), 306-315. <https://sinergiaacademica.com/index.php/sa/article/view/172?articlesBySimilarityPage=16>
- Habermas, J. (2018). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Trotta Editorial.
- Henseler, J., Ringle, C. M., y Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. D. P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A de C.V.
- Izquierdo, C. (2017). Tradición eclesial y tradiciones culturales (La enseñanza de «Fides et Ratio»). *Scripta Theologica*, 37(1), 77-98. <https://doi.org/10.15581/006.37.13580>
- Kino-Saravia, J. I., Vidaurre-García, W. E., Silva-Ravines, J. M., y Lloclla, H. (2023). Herramientas tecnológicas y competencias investigativas en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(E-10), 1610-1630. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e10.45>
- Lizárraga, O. (2014). Percepción cultural entre residentes extranjeros y habitantes locales en un destino turístico mexicano. El caso de estadounidenses en Mazatlán, Sinaloa. *Investigaciones*

- Turísticas*, (7), 47-70. <https://doi.org/10.14198/INTURI2014.7.03>
- Lloor, K. (2019). Comuna Chanduy: Prácticas culturales, comunicación y participación para el cambio social. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXI(1), 82-93. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/27297>
- Maldonado, A. A. (2018). El diseño industrial, salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial en México. *Economía Creativa*, (10), 55-87. <https://doi.org/10.46840/ec.2018.10.04>
- Matsumoto, D. R., y Juang, L. P. (2017). *Culture and psychology*. Cengage Learning.
- Millán, G., y Hernández, R. (11 al 16 de noviembre de 2019). Estudio de la festividad del Día de Muertos: El Cementerio de Tzintzuntzan. En F. J. Rodríguez (Coord.), *XX Encuentro Iberoamericano de Valorización y Gestión de Cementerios Patrimoniales. Los cementerios como recurso cultural, educativo y turístico*, Málaga, España.
- Moreno, M. D. M., Barrera, J. R., Munar, E. F., y Hernández, E. H. (2024). La cosmovisión indígena en políticas públicas medioambientales para reducir la contaminación durante la pandemia del coronavirus. *Revista Ciencias de la Salud*, 22(1), 1-13. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.12369>
- Mukaka, M. M. (2012). Statistics corner: A guide to appropriate use of Correlation coefficient in medical research. *Malawi Medical Journal*, 24(3), 69-71. <https://www.ajol.info/index.php/mmj/article/view/81576>
- ONU Turismo (2020). Código Ético Mundial para el Turismo. *ONU Turismo*. <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- [etico-mundial-para-el-turismo](#)
- Podestá, J. (1993). Tradición oral Aymara y educación: Buscando nuevos caminos. *Revista Ciencias Sociales*, 2(2), 1-14. <https://doi.org/10.61303/07172257.v2i2.10>
- Portal, M. A. (1995). Cosmovisión, tradición oral y práctica religiosa contemporánea en Tlalpan y Milpa Alta. *Alteridades*, 5(9), 41-50. <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/576>
- Restrepo, Á. D. (2021). Gestión cultural como estrategia de desarrollo turístico: Aproximación teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(E-5), 722-736. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.46>
- Rieger, I. A. (2018). La tradición camaleónica en las prácticas festivas de una comunidad mixteca transnacional. *Revista Reflexiones*, 98(1), 111-129. <https://doi.org/10.15517/r.r.v98i1.33121>
- Robbins, S. P., y Judge, T. A. (2023). *Comportamiento organizacional*. Pearson.
- Roche, J. A., y Marimón, C. (2012). Inmigración y globalización: Una aproximación desde los medios de comunicación escritos españoles. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (13), 141-158. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i13.119>
- Shevlin, M., y Miles, J. N. V. (1998). Effects of sample size, model specification and factor loadings on the GFI in confirmatory factor analysis. *Personality and Individual Differences*, 25(1), 85-90. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00055-5](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00055-5)
- Solares, B. (1996). La teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas: Tres complejos temáticos.

- Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 41(163), 9-33. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1996.163.49649>
- Suárez, M. A. (2012). El didactismo landivariano: Tradición clásica, identidad cultural e ideología jesuítica en la *Rusticatio Mexicana*. *Nova Tellus*, 30(2), 187-204. <https://revistas-filologicas.unam.mx/nouatellus/index.php/nt/article/view/424>
- Tapia, M., y Park, J. (2012). Patrimonio tangible e intangible: Aportes al debate del distinguo, desde las “prácticas agro culturales”. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XVIII(4), 684-701. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/25008>
- UNESCO (2024). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? *UNESCO*. <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Universidad Autónoma de México - UAM (31 de octubre de 2022). La muerte, semilla de alimento a los vivos, según la cosmovisión de la mesoamérica prehispánica. *Comunicación Social UAM*. <https://www.comunicacionsocial.uam.mx/boletinesuam/659-22.html>
- Vegara-Ferri, J. M., Carboneros, M., y Angosto, S. (2021). Perception of quality, socio-cultural impact, destination image and future intentions of the tourist participating in a sustainable nautical event. *Cultura, Ciencia y Deporte [CCD]*, 16(50), 563-572. <https://doi.org/10.12800/ccd.v16i50.1549>
- Zúñiga, S. A. I. (2020). La teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas. Una interpretación y sus posibles aplicaciones en las ciencias de la gestión. *Criterio Libre*, 18(33), 33. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2020v18n33.7538>