

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

EL RETO DE LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO EN EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

EL RETO DE LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO
EN EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Editoras

M^a Amor Pérez-Rodríguez

Patricia de-Casas-Moreno

Elizabeth-Guadalupe Rojas-Estrada

Grupo
Comunicar
Ediciones

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: EL RETO DE LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO EN EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Colección: *Redes sociales y ciudadanía*

Título del volumen: *Ciberculturas para el aprendizaje*

Volumen de la serie: 3º; 1º Edición, octubre 2024

Editoras

Dra. M^a Amor Pérez-Rodríguez

Dra. Patricia de-Casas-Moreno

Mgtr. Elizabeth-Guadalupe Rojas-Estrada

Comité Científico

Dr. Ignacio Aguaded (Presidente)

Dra. Águeda Delgado-Ponce

Dra. Irina Salcines-Talledo

Dr. Ángel Hernando-Gómez

Dr. Antonio-Daniel García-Rojas

Dra. Paula Renés-Arellano

Dra. Antonia Ramírez-García

Dr. Marco López-Paredes

Dr. Octavio Islas-Carmona

Dra. Victoria García-Prieto

Dra. Laura Picazo-Sánchez



Grupo
Comunicar
Ediciones



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Depósito Legal: H-527-2024

ISBN: 978-84-19998-05-7

ISSN 2952-1629 / ISSN (Internet): 3020-7878

DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2024>

DERECHOS RESERVADOS © 2024 de esta edición

Grupo Comunicar Ediciones

Mail: alfamed@grupocomunicar.com

www.grupocomunicar.com/publicaciones

Correcciones y traducciones al inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estugraf*, Madrid (España), 2024



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D "Investigación, diseño e implementación de una propuesta curricular de formación de profesorado en alfabetización mediática en el ámbito euroamericano" de la Convocatoria Proyectos de Generación de Conocimiento 2023 (código PID2023-146288NB-I00) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y del Proyecto 'El Currículum Alfamed: Investigación e implementación de una propuesta de formación docente en educación mediática en Iberoamérica' en la Estrategia de Política de Investigación y Transferencia de la Universidad de Huelva (código EPIT16132023). La Universidad de Huelva ha colaborado a través del Departamento de Filología y el Plan Propio de Investigación.

PRELIMINARES

Redes sociales y ciudadanía: El reto de la Formación del Profesorado en Educación Mediática.....	15
<i>Ignacio Aguaded (España), Jency Campos, Rocío Ramírez, Susana Jimenez, Gilberth Díaz Vásquez (Costa Rica)</i>	

1. DERECHOS HUMANOS, OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y EDUCOMUNICACIÓN

De la emisión y recepción al intercambio comunicacional.....	22
<i>Guillermo Orozco-Gómez (México)</i>	
La Alfabetización Mediática e Informativa como mecanismo para el empoderamiento de las audiencias y la protección de las infancias.....	26
<i>Oscar Díaz (México)</i>	
Educomunicación para la democracia digital.....	30
<i>Gabriel Kaplún (Uruguay)</i>	
Desnudando el sexismo en el periodismo: Un análisis crítico y perspectivas de cambio.....	35
<i>Manuel Armando Arana-Nava, Javier-Horacio Contreras-Orozco, Rodrigo Ramírez-Tarango (México)</i>	
Personas mayores y TIC: Entender la Alfabetización Mediática durante el ciclo de vida.....	39
<i>Emerson Contreras-Reyes (El Salvador)</i>	
Sensibilización escolar sobre el cambio climático.....	44
<i>Jocelyne Cabrera-García, Cecilia Ugalde (Ecuador)</i>	
Desde la Alfabetización Mediática a la <i>Tourism Literacy</i> : La Educomunicación para un turismo sostenible.....	49
<i>Sandra Córtes-Moreira, M. Amor Pérez-Rodríguez, Miguel Lopes-Neto (España)</i>	
Eduentretenimiento para prevenir la violencia contra las mujeres.....	55
<i>Catalina González-Cabrera, Doménica Cabrera-García (Ecuador)</i>	
Estrategias comunicativas para el fortalecimiento de la identidad indígena.....	60
<i>Vanessa Ledezma-López, Jorge A. Cortés (México), Rosalba Mancinas-Chávez (España)</i>	
Apoyo social percibido y bienestar en la mejora de la percepción del rendimiento académico del alumnado.....	65
<i>Ginia Montes-de-Oca, Iván Moronta-Tremols, Francisco Martínez-Cruz (Rep. Dominicana)</i>	
O potencial pedagógico da telenovela brasileira “Renascer” no X.....	70
<i>Daiana Sigiliano, Eutália Ramos (Brasil), Gabriela Borges (Portugal)</i>	
Alfabetización Mediática e Informativa: Desafíos y oportunidades desde América Latina.....	76
<i>Silvia Bacher (Argentina)</i>	
Ser afrodescendiente: Racismo y discriminación.....	80
<i>Andrea Mina-Jara, Cecilia Ugalde (Ecuador)</i>	
Libertad de expresión y denuncias por calumnias y difamación en medios sociales: El análisis de cuatro casos en Paraguay.....	85
<i>Oscar Ullón-Atienza, Yessica Fritz-Aquino (Paraguay)</i>	
Transmedialidad en protestas sociales en los países de la Comunidad Andina de Naciones: Un análisis desde los principales periódicos.....	90
<i>Franklin-Gustavo Santín-Picoita (Ecuador), Walter-Federico Gadea, María-del-Mar Rodríguez-Rosell (España)</i>	

Competencia Mediática: Adolescentes, comprensión crítica y autoprotección en <i>WhatsApp</i>	94
<i>Edgar Dávila-Navarro (Bolivia)</i>	
Impacto de la psicopedagogía mediática tecnológica en estudiantes de la UNED (Costa Rica).....	100
<i>Jorge-Emilio López-Gamboa, Julieta Barboza-Valverde (Costa Rica)</i>	
Alfabetización digital de adultos mayores a través de mentores pares moderada por la edad.....	104
<i>Ramón Tirado-Morueta, Javier López-Sánchez, María-Dolores Guzmán-Franco (España)</i>	

2. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA Y FORMACIÓN DE PROFESORES

Resultados de la aplicación piloto del cuestionario COMPEMED en República Dominicana.....	110
<i>Irina Salcines-Talledo, Antonia Ramírez-García, Águeda Delgado-Ponce (España)</i>	
Competencias mediáticas y estilos de vida en adultos mayores de Ecuador.....	115
<i>Eduardo Loaiza-Lima, Ángel Hernando (España), Andrea Velásquez (Ecuador)</i>	
Profe, ¿tiene TikTok? Auto percepción de competencias mediáticas en profesores de periodismo en Chile.....	120
<i>Daniela Lazcano-Peña, Nairbis Sibrian, Paulina Maureira (Chile)</i>	
La evaluación en el desarrollo de las competencias educomunicativas.....	126
<i>Jesús-Alexander Loza-Cruz, Miriam Alejandre-Espinosa, Cristian-Cuauhtémoc Cruz-Morales (México)</i>	
Propuesta formativa para un liderazgo digital e inclusivo en la escuela de primaria.....	131
<i>Antonia Lozano-Díaz, Juan-Sebastián Fernández-Prados (España)</i>	
Competencia Mediática para la Educación Superior: Experiencias del estudiantado de la Universidad Veracruzana (México).....	137
<i>Elba-María Méndez-Casanova, Flor-Elizabeth Castillo-Sarmiento, Araceli Huerta-Chua (México)</i>	
Pensamiento crítico y Alfabetización Mediática en la formación de futuros docentes	
<i>Gerber Pérez-Postigo, Osbaldo Turpo-Gebera (Perú).....</i>	142
Competencias mediáticas de estudiantes en formación para ser maestros.....	147
<i>Norge-Luis Pérez-Vargas, Daniela Ceja-Austria, Luis-Horacio Alvarez-Peregrin (México)</i>	
Consumo de medios y Competencia Mediática de estudiantes universitarios de Perú.....	152
<i>Carlos Rivadeneyra-Olcese (Perú)</i>	
Análisis prospectivo de competencias digitales y mediáticas en formación docente.....	158
<i>Fabián Rojas-Ramírez, Mariangelina Rodríguez-Varela, Diana Arias-Chavarría (Costa Rica)</i>	
Creencias sobre Alfabetización Mediática de docentes universitarios.....	163
<i>Yolanda-Felicita Soria-Pérez, Estrella-Azucena Esquiagola-Aranda (Perú)</i>	
Aproximando mundos: Jornalistas formam professores em Literacia dos Media.....	168
<i>Vitor Tomé (Portugal)</i>	
Retos en los avances de la Educación Mediática en la República Dominicana.....	173
<i>José Vólquez, Rochelys Rodríguez, Mucer Rosario (Rep. Dominicana)</i>	
Género y competencias mediáticas en docentes de periodismo en Chile.....	177
<i>Amaranta Alfaro, Claudia Reyes-Betanzo, Vanessa Zúñiga (Chile)</i>	
Cultura digital como aliada entre el profesorado de Educación Básica.....	182
<i>Cleofé-Genoveva Alvites-Huamani (Perú), Erika Vásquez-Salazar (Costa Rica), Paula Renés-Arellano (España)</i>	

Alfabetización en la cultura digital ante las actitudes docentes en redes sociales.....	186
<i>Cleofé-Genoveva Alvites-Huamani (Perú), Ricardo Filipe-Martins (Portugal), Mari-Carmen Caldeiro-Pedreira (España)</i>	
Competencia Mediática en profesores de Educación Básica de República Dominicana.....	191
<i>Lucy Andrade (Ecuador), Paula Renés-Arellano (España), Viviana Martínez (Rep. Dominicana)</i>	
La Alfabetización Mediática en el contexto educativo intercultural: Perspectivas desde la formación de profesores.....	196
<i>Lucy Andrade, Margoth Iriarte, Diana Rivera (Ecuador)</i>	
Tecnologías en la Educación Superior de Ecuador: Un análisis de su implementación y efectividad.....	201
<i>Ricardo Aray (Ecuador), Antonio García (España)</i>	
Importancia de la Alfabetización Mediática e Informativa en estudiantes de carreras educativas de la UNED (Costa Rica).....	204
<i>Carolina Ávalos-Dávila, Jorge Marchena-López (Costa Rica)</i>	
Percepción sobre la Competencia Mediática en futuros docentes de Yucatán (México).....	209
<i>Augusto-David Beltrán-Poot, Pedro-José Canto-Herrera, Jesús-Enrique Pinto-Sosa (México)</i>	
Fortalecimiento de competencias mediáticas en la formación de profesionales de la educación.....	214
<i>Jensy Campos-Céspedes (Costa Rica)</i>	
La secuencia didáctica: Una propuesta para el desarrollo de las competencias mediáticas.....	218
<i>Daniela Ceja-Austria, Marisol Vázquez-Vincent, Araceli Huerta-Chua (México)</i>	
Desarrollo de competencias mediáticas en formadores académicos.....	223
<i>Jorge-Abelardo Cortés-Montalvo, Norge-Luis Pérez-Vargas, Elba Méndez-Casanova (México)</i>	
Aproximación a la alfabetización publicitaria desde las emociones.....	228
<i>Belinda de-Frutos-Torres, Rocío Collado-Alonso, Ana Pastor-Rodríguez (España)</i>	
Área de información y alfabetización informativa de la competencia digital.....	233
<i>Fiorela-Anaí Fernández-Otoya (Perú)</i>	
Saberes docentes en medios e información pre y post formación en Educación Mediática.....	238
<i>Bruno Ferreira (Brasil)</i>	
Alfabetización Mediática en América Latina: Una aproximación bibliométrica.....	243
<i>Yamile Haber-Guerra, Rut Yero-Haber (Cuba)</i>	
Alfabetización Mediática aplicada a la educación sexual en el estudiantado de secundaria: Propuesta de investigación en un contexto de educación formal.....	249
<i>Eva Herrero-Curiel, Ane Amondarain-Moreno (España)</i>	

3. INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EDUCOMUNICACIÓN

Estrategias pedagógicas y mediáticas en el contexto de la Inteligencia Artificial.....	254
<i>Regina de-Souza-Rocha-Queiroz, Vanessa Matos-dos-Santos (Brasil)</i>	
Ética de la Comunicación: Reflexión en tiempos de Inteligencia Artificial.....	258
<i>Agustín García-Matilla, Susana de-Andrés-del-Campo (España), Sara Pereira (Portugal)</i>	
Inteligencia Artificial y Educomunicación en la era postdigital: Aspectos clave y algunas reflexiones.....	263
<i>Alfonso Gutiérrez-Martín, Cristina Gil-Puente, Ruth Pinedo-González (España)</i>	

Integración significativa de la Inteligencia Artificial en la formación de periodistas: Un enfoque interdisciplinario...	268
<i>Aldo Romero (Honduras)</i>	
Inteligencia Artificial y algunos impactos éticos en la época contemporánea.....	272
<i>Alexandre Le-Voci-Sayad (Brasil)</i>	
Inteligencia Artificial en la enseñanza de la programación: Experiencia en la Cátedra de Informática Educativa de la UNED (Costa Rica).....	275
<i>Ana-Gabriela Bejarano-Salazar, Kryscia Ramírez-Benavides (Costa Rica)</i>	
Utilización de <i>ChatGPT</i> como herramienta didáctica para el profesorado universitario.....	280
<i>Sonia-Esther González-Moreno, Jesús-Manuel Palma-Ruiz, Herik-Germán Valles-Baca (México)</i>	
Inteligencia Artificial y periodismo: Perspectivas desde la literatura actual en Ciencias Sociales.....	285
<i>Juan-Fernando Muñoz-Urbe, Luis-Fernando Gutiérrez-Cano, Luis-Jorge Orcasitas-Pacheco (Colombia)</i>	
Actitudes hacia la Inteligencia Artificial en universitarios: Ansiedad y competencias digitales.....	291
<i>Antonia Lozano-Díaz, Juan-Sebastián Fernández-Prados (España)</i>	
Exploración de la Inteligencia Artificial en la conceptualización del amor: Chatbots y relaciones humanas.....	296
<i>Julieta-Madeleine García-Zamora (México), Nohemí Lugo-Rodríguez, Julio-César Mateus (Perú)</i>	
Evaluación de la eficacia de rúbricas analíticas generadas por Inteligencia Artificial para presentaciones orales en inglés: Un Estudio en la Universidad Católica del Norte de Antofagasta (Chile).....	300
<i>Victor González-Escobar, Fernando Casanova-Ponce, Valentina Malebrán-Contreras (Chile)</i>	
La Inteligencia Artificial, poderoso ariete en la industria de la desinformación.....	305
<i>Octavio Islas-Carmona (México), Amaia Arribas-Urrutia (España), Fernando Gutiérrez-Cortés (México)</i>	
La Inteligencia Artificial como objeto de conocimiento en la academia de Periodismo.....	310
<i>Arleen Labañino-Carrazana, Thaimí González-Pérez (Cuba)</i>	
Inteligencia artificial y nuevas narrativas: Contando historias de femicidios.....	315
<i>Jorge Largo-Loayza, Ignacio Aguaded (España), Abel Suing (Ecuador)</i>	
Propuesta de visualización de la Inteligencia Artificial en el nuevo edificio de la información.....	320
<i>Jorge Manrique-Grisales (Colombia)</i>	
La Inteligencia Artificial como herramienta de Educomunicación en Bibliotecología en la UNED (Costa Rica).....	324
<i>Luis A. Monge-Mata (Costa Rica)</i>	
Competencias digitales para la comunicación frente a la Inteligencia Artificial.....	329
<i>Jorge Cruz-Silva (Ecuador)</i>	
Inteligencia Artificial: Lenguaje, diálogo y co-creación.....	334
<i>Hernán-Javier Riveros-Solórzano (Colombia)</i>	
Transformando la educación: Inteligencia Artificial en la Educación Superior.....	338
<i>José Vólquez, Rochelys Rodríguez, Mucer Rosario (Rep. Dominicana)</i>	
La Inteligencia Artificial en los programas de comunicación social en Panamá.....	343
<i>Reisa-Mirella Vega-Ríos, Beatriz Jiménez (Panamá)</i>	
Uso de la Inteligencia Artificial por la comunidad universitaria en Santiago de Cuba.....	348
<i>Anabel Sánchez-González, Alexa-Suhay Paomier-Lobaina (Cuba)</i>	

La Inteligencia Artificial en la Educación Primaria y Secundaria en Costa Rica.....	353
<i>Leonardo Valerio-Rodríguez, Julieta Barboza-Valverde (Costa Rica)</i>	

4. PROPUESTAS DE METODOLOGÍAS Y ESTRATEGIAS DOCENTES EDUCOMUNICATIVAS

Educomunicación: La dialéctica de la participación.....	359
<i>Ismar de-Oliveira-Soares (Brasil)</i>	
Inteligencia Artificial y generatividad: Reducción de brechas emergentes en académicos adultos mayores.....	364
<i>Iván Sánchez-López, Amor Pérez-Rodríguez (España), Nelly Chévez-Reynosa (El Salvador)</i>	
A ficção seriada como ação pedagógica: Uma proposta formativa.....	369
<i>Gabriela Borges (Brasil), Daiana Sigiliano (Portugal)</i>	
Potencial y desafíos de los <i>smartphone</i> y las redes en la educación preuniversitaria española.....	374
<i>Manuel Fandos-Igado, Miguel Lopes-Neto, Sandra Cortés-Moreira (España)</i>	
La importancia de los medios de comunicación en la formación periodística: El caso de “Entremedios”	379
<i>Carmen Marta-Lazo, José-Antonio Gabelas-Barroso, Tamara Morte-Nadal (España)</i>	
TikTok como recurso educativo en la enseñanza de la lectura en niños de Pichanaki.....	383
<i>Juana-Yris Díaz-Mujica, Mercedes-María Nagamine-Miyashiro, Norma Ticse-Villanueva (Perú)</i>	
Ciberculturas: Autorretrato digital y el cuerpo como territorio político.....	388
<i>Sergio Alvarado-Vivas, Patricia Lora-León (Colombia)</i>	
Estrategias metodológicas activas en docentes mediadas por las TIC.....	392
<i>Aurora Forteza-Martínez (España)</i>	
Rally de la Alfabetización Mediática e Informativa, diagnóstico de Competencia Mediática.....	396
<i>Ricardo Osorno-Fallas, Suhany Chavarria-Artavia, Karol Ramírez-Chinchilla (Costa Rica)</i>	
<i>Youtube</i> y <i>Soundcloud</i> : Herramientas de aprendizaje para la educación ambiental.....	401
<i>Héctor Perdomo-Velázquez (Costa Rica)</i>	
Acceso de estudiantes universitarios a la información científica divulgada por parte de docentes investigadores.....	405
<i>Matías Denis-Encarnación (Paraguay), Camila Gusmão (Brasil), Rebeca Córdova-Tapia (Ecuador)</i>	
Enseñanza de las matemáticas e integración de tecnologías innovadoras en República Dominicana.....	410
<i>Abdul-Abner Lugo-Jiménez, Ginia Montes-de-Oca, Francisco Martínez (Rep. Dominicana)</i>	
Taller educomunicativo de <i>podcast</i> basado en la secuencia FEDATHI.....	415
<i>Ana-Carmen de-Souza-Santana, Herminio Borges-Neto (Brasil)</i>	
Voces de la ruralidad: Radio escolar como espacio de comunicación - educación – creación.....	420
<i>Borys Bustamante-Bohórquez, Hernán-Javier Riveros-Solórzano (Colombia)</i>	
A Francisco Gutiérrez, desde un jardín de saberes.....	424
<i>Vilma Peña-Vargas (Costa Rica)</i>	
Vigías mediáticos: El observatorio como estrategia de investigación y Educomunicación.....	428
<i>Diana-María Lozano-Prat (Colombia)</i>	

5. DOCENTES INFLUENCERS, EXPERIENCIAS EN BUENAS PRÁCTICAS E INNOVACIÓN DOCENTE

Influencers que enseñan y son modelos de valores: Analizando otros impactos educativos.....	434
<i>María-José Hernández-Serrano, Belén González-Larrea, Francisco-Javier Lena-Acebo (España)</i>	
Redes sociales y didáctica de la historia: Dos experiencias en las aulas universitarias.....	439
<i>Diego Téllez-Alarcia (España)</i>	
Visualizar los <i>podcasts</i> como una experiencia de aprendizaje en los adolescentes.....	444
<i>Heleny Méndiz-Rojas (Chile), Antonella Di-Cintio (Italia), Marcela Romero-Jeldres (Chile)</i>	
Territorio y resiliencia: Relatos transmedia tejidos por mujeres en contextos de catástrofe.....	449
<i>Andrea Villarrubia-Martínez, Angélica Pacheco, Paula Espina-López (Chile)</i>	
Educomunicación en la Universidad de Oriente (Cuba): Reflexiones desde la formación de periodistas.....	454
<i>Isabel-María Ferrera-Téllez, Yamaili Almenarez-González, Onelio Castillo-Corderí (Cuba)</i>	
Memorias Familiares Migrantes (MEFAM): Un laboratorio para fomentar la Educación Mediática y al análisis crítico de las fuentes.....	459
<i>Pamela Giorgi (Italia)</i>	
Metodología lúdica: Experiencias de aprendizaje con medios, juego y metáfora.....	463
<i>Vanessa Perales-Linares (Perú)</i>	
Competencias digitales en docentes de formación audiovisual, durante las clases a distancia en la pandemia COVID-19.....	469
<i>Manuel Rivera-Careaga, Mario Montaner-Bastías (Chile)</i>	
PROCAI: Estudio de experiencias mediáticas en la formación indígena costarricense.....	473
<i>Victor-Hugo Bonilla-Mata, Jorge-Emilio López-Gamboa (Costa Rica)</i>	
Un análisis de competencia mediática en los perfiles de la profesora Alba Marília.....	479
<i>Aléxia Roche, Tágides-Renata de-Mello-Kaam, Maria Alzira de Almeida Pimenta (Brasil)</i>	
Aprender en las redes sociales: Prácticas y formatos educativos de los creadores culturales.....	484
<i>Gabriella Taddeo (Italia)</i>	
Docentes digitales: Análisis de canales brasileños en <i>YouTube</i>.....	489
<i>Ana-Fernanda Vasques-Aragom, Aléxia Roche (Brasil)</i>	
Diseño de experiencias digitales de aprendizaje (DEDA) de la Institución Universitaria Antonio Jose Camacho (Colombia).....	494
<i>Yamile Sandoval-Romero, Julieth Mejia-Giraldo (Colombia)</i>	
Desconexión: Autocrítica y dependencia digital tras 24 horas sin pantallas.....	499
<i>Laura Picazo-Sánchez (España)</i>	
Estándares de liderazgo directivo desde la percepción del docente.....	505
<i>Grisalidis Hidalgo-Ysabel, Raydy Cabrera-Martínez, Carmen Caraballo (Rep. Dominicana)</i>	
La construcción mediática de la vejez: Nueva experiencia para la promoción del consumo crítico.....	511
<i>Mariana Cataldi, Pablo Commisso (Argentina)</i>	
Innovación en la enseñanza de periodismo: Relato de una experiencia.....	516
<i>João Canavilhas (Portugal)</i>	

Televisiones universitarias: De los platós a <i>YouTube</i>	521
<i>Inmaculada Berlanga-Fernández, Adoración Merino-Arribas, Isabel de-Azcárraga-Alonso (España)</i>	
Gamificación en la universidad: Cómo los videojuegos transforman la enseñanza aprendizaje.....	526
<i>Alex Jaramillo Campoverde (Ecuador), María Dolores Guzmán Franco (España)</i>	

6. POLÍTICAS PÚBLICAS EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO, CURRÍCULUM Y EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Desarrollo socioemocional: Neurociencia y aprendizaje en niños y jóvenes generaciones.....	533
<i>Valerio Fuenzalida (Chile)</i>	
Aproximación crítica al pensamiento crítico.....	538
<i>Joan Ferrés-i-Prats (España), Ana-Carine García-Montero (Uruguay)</i>	
Conocimiento sectorial: Base de la mejora regulatoria de los contenidos audiovisuales en Colombia.....	543
<i>Sadi Contreras-Fuset (Colombia)</i>	
Eficacia de una acción de Alfabetización Mediática dirigida al público senior.....	547
<i>Charo Sádaba (España)</i>	
La Competencia Mediática en el currículum de América Latina: Objetivos de aprendizaje asociados al análisis de contenidos mediáticos.....	551
<i>Elizabeth-Guadalupe Rojas-Estrada, Ignacio Aguaded, Rosa García-Ruiz (España)</i>	
Investigadores en X: Utilidad de la curación de contenidos en la divulgación científica.....	556
<i>José-Marcelino Romero-Gutiérrez, Edgar-Efrain Obaco Soto (Ecuador), Patricia de-Casas-Moreno (España)</i>	
El Estado colombiano y la protección de los ciudadanos en el entorno digital.....	561
<i>Sandra-Liliana Uribe-Montaña (Colombia)</i>	
Necesidades para la transformación digital de la universidad en Paraguay.....	565
<i>Verena Schaefer, Nadia Czeraniuk, Matías Denis (Paraguay)</i>	
Pautas para políticas docentes en competencias digitales y comunicativas: Universidad Nacional (Costa Rica).....	570
<i>Susana Jiménez-Sánchez, Gaby Ulate-Solis, Giselle Nurinda-Montoya (Costa Rica)</i>	
El campo de información en las representaciones de Trabajos Finales de Graduación en la UNED (Costa Rica).....	575
<i>Gilbert Ulloa-Brenes (Costa Rica)</i>	
Desafios da Alfabetização Midiática para os professores da rede pública estadual de São Paulo.....	580
<i>Egle Müller-Spinelli, Isabela Afonso-Portas (Brasil)</i>	
Formación y evaluación por competencias en Comunicación y Periodismo: Caso LATAM.....	585
<i>Antonio Roveda-Hoyos (Colombia), Érika-Lucía González-Carrión (Ecuador), María-Cinta Aguaded-Gómez (España)</i>	
Implementación de la Educación Mediática en el currículo universitario en Eslovaquia.....	590
<i>Viera Kačínová (Eslovaquia)</i>	
Los aprendices digitales en el bachillerato ecuatoriano: Entre la (des)conexión, la experimentación y las nuevas brechas.....	595
<i>Ana-María Beltrán-Flandoli, Andrea Velásquez-Benavides, Diana Rivera-Rogel (Ecuador)</i>	
Hábitos de consumo en línea de niñas, niños y adolescentes: Aproximación a la realidad colombiana.....	601
<i>Tomás Durán-Becerra, Sandra Acero, Johan-Andrés Ortiz-Rubio (Colombia)</i>	

Estrategias pedagógicas de docentes brasileños: Aportes para el 'Currículo Alfamed'	606
<i>Vanessa Matos-dos-Santos, Maria-Teresa Miceli-Kerbaux (Brasil)</i>	
Propuesta de definición en Educación Mediática con enfoque al capitalismo digital.....	611
<i>Cristiane Sales Pires, Maria Alzira de Almeida Pimenta (Brasil)</i>	
Integrando Bloom na elaboração de instrumentos de diagnósticos de Competência Midiática.....	615
<i>Daniela Lemos-Sobral, Cristiane Sales Pires (Brasil)</i>	
La educación de Barbie: Educación de género y cultura pop.....	620
<i>Simona Tirocchi (Italia)</i>	
Análisis del uso de las principales técnicas de evaluación diagnóstica en matemáticas.....	624
<i>Linosca Dominga Ulloa Rosario (Rep.Dominicana)</i>	

7. RECURSOS, APLICACIONES Y MATERIALES EDUCOMUNICATIVOS

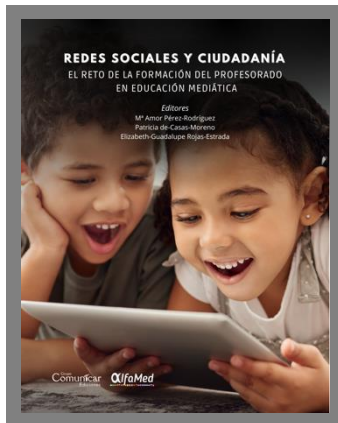
A escola, os professores e a educação para os <i>media</i> : Uma proposta de recursos educativos.....	630
<i>Armanda Pinto da Mota Matos (Portugal)</i>	
Evaluación de la AMI en los medios de comunicación públicos en España y Europa.....	635
<i>Javier Marzal-Felici, Roberto Arnau-Roselló, Rubén Nieto-González (España)</i>	
Contenidos educomunicativos: Innovación en recursos mediáticos.....	640
<i>Mónica Niño-Romero (España)</i>	
Evaluación del proceso de elaboración de una guía educomunicativa para familias (DIMEP).....	644
<i>Antonia Ramírez-García, M^a-Pilar Gutiérrez-Arenas, Francisco-J. Poyato-López (España)</i>	
Hacia una pedagogía del meme: Su potencial como herramienta educomunicativas en las aulas.....	649
<i>Eduardo Pinto-Sanchez, Onelio Castillo-Corderí (Cuba)</i>	
Recursos digitales para la enseñanza musical: Un análisis para su aplicación en la escuela 4.0.....	654
<i>Elena Carrera-Pérez, Sara Román-García (España)</i>	
Investigación en formación en competencias (digital, mediática y parental): Red Alfamed.....	659
<i>Antonio González-Molina, Rocío Gómez-Moreno, Irina Salcines-Talledo (España)</i>	
Alfabetización mediática en familias desde la ingeniería en comunicación social.....	665
<i>Gerardo León-Barrios (México)</i>	
<i>Info Hackers</i> : Narrativa educativa para fortalecer las competencias mediáticas.....	669
<i>Ricardo Osorno-Fallas, Suhany Chavarría-Artavia, Karol Ramírez-Chinchilla (Costa Rica)</i>	
Andamiaje para experiencias educativas transmedia en México.....	674
<i>María-Luisa Zorrilla-Abascal (México)</i>	
Experiencias educomunicativas en la carrera de Periodismo de la Universidad de Oriente (Cuba).....	678
<i>José-José Ramírez-Rodríguez, Mercedes Duwergel-Isaac (Cuba)</i>	
Uso, credibilidad y confianza de redes sociales: Percepción de estudiantes universitarios.....	683
<i>Lilia-Rosa Ávila-Meléndez, Augusto-David Beltrán-Poot (México)</i>	
Las redes sociales en el proceso didáctico de educación superior en comunicación en Arequipa.....	689
<i>Gregorio-Nicolás Cusihamán-Sisa, María-Elena Gamarra-Castellanos (Perú)</i>	

<u>Acercamiento a la pertinencia de los <i>podcasts</i> educativos de la UNED (Costa Rica).....</u>	694
<i>Luis-Fernando Fallas-Fallas, Katia Grau-Ibarra, Patricia Méndez-Guerrero (Costa Rica)</i>	
<u>Uso de rúbricas en la evaluación de trabajos en el aula virtual como complemento del proceso educativo presencial desde la perspectiva de los estudiantes universitarios.....</u>	699
<i>Oscar-Oswaldo Pacheco-Rodríguez, Leonor-Dolores Pacheco-Rodríguez, Walter-Grabiél Apaza-Aquise (Perú)</i>	
<u>Percepción del riesgo de los menores ante el uso de las tecnologías: Influencia de diferentes variables.....</u>	704
<i>Pilar Gutiérrez-Arenas, Antonio-Daniel García-Rojas, Cinta Prieto-Medel (España)</i>	
<u>El impacto de las redes sociales sobre la autoimagen en los adolescentes.....</u>	710
<i>Marcia Koffermann (Brasil), Bruna-Caroline Marques-Gonçalves, Teresa Sibón-Macarro (España)</i>	
<u>Eduentretenimiento y persuasión narrativa en la conservación cultural a través del cuento.....</u>	715
<i>Catalina González-Cabrera, Erika-Alondra Salinas-López (Ecuador)</i>	

8. DESINFORMACIÓN, FAKE NEWS Y EDUCACIÓN

<u>Educomunicación y credibilidad: Campo abierto para el desarrollo epistémico y teórico.....</u>	721
<i>Gustavo Araya-Martínez (Costa Rica), Ángel Hernando-Gómez (España)</i>	
<u>Uso de <i>eye tracking</i> para evaluar atención de jóvenes salvadoreños al consumir desinformación.....</u>	726
<i>William-Heriberto Carballo-Sánchez (El Salvador)</i>	
<u>La desinformación en la era de la sobreinformación.....</u>	732
<i>Irene Díaz-Cametero, Patricia de-Casas-Moreno (España), Heleny Méndiz-Rojas (Chile)</i>	
<u>Experiencias de educación mediática en desiertos informativos.....</u>	737
<i>Elaine Javorski, Camila Gusmão (Brasil)</i>	
<u><i>Fake news</i> y confusión epistemológica: Nuevos retos filosóficos ante la desconfianza en las instituciones científicas y los procesos educativos.....</u>	741
<i>Francisco-José García-Moro, Miguel Palomo-García, Walter-Federico Gadea-Aiello (España)</i>	
<u>Docentes de la ciudad de Ipirá-Ba (Brasil) definen noticias falsas y llaman a capacitación.....</u>	746
<i>Welber Lima-Santos (Brasil)</i>	
<u>Semiótica de los bulos sobre inmigrantes en redes sociales: Caso de España, Grecia e Italia.....</u>	751
<i>Dory Merino, Inmaculada Berlanga (España)</i>	
<u>Humor periodístico en <i>Facebook</i>: Análisis de “Ahí les Va” (Rusia) y en “BN Periodismo” (Ecuador).....</u>	756
<i>Kevin Córdova-Díaz, Eduardo Henríquez-Mendoza, Carlos-Antonio Granda-Cruz (Ecuador)</i>	
<u>Desinformación viral: Evaluación experimental de intervención educativa.....</u>	762
<i>Milena Rosenzvit, Cecilia Vazquez, Nira Dinerstein (Argentina)</i>	
<u>Percepciones de los ecuatorianos sobre la desinformación.....</u>	768
<i>Abel Suing, Juan-Carlos Maldonado (Ecuador)</i>	
<u><i>MicMac-Game</i>: Herramienta de formación para el profesorado contra la desinformación.....</u>	773
<i>María-José Hernández-Serrano, Marta Martín-del-Pozo, Noelia Morales-Romo (España)</i>	
<u>Componente psicológico en la creación, consumo y difusión de la desinformación entre las audiencias juveniles.....</u>	778
<i>Erika Mestizo (El Salvador)</i>	

<u>Jóvenes universitarios y su competencia digital: El reto de gestionar las noticias falsas.....</u>	783
<i>Sandra-Liliana Uribe-Montaña (Colombia)</i>	
<u>Alfabetización mediática: Análisis del <i>fact-checking</i> en Ecuador contra la desinformación.....</u>	788
<i>Gabriela-Lourdes Vélez-Bermello, Damián-Marilú Mendoza-Zambrano (Ecuador)</i>	
<u>Desinformación percibida acerca de la inversión extranjera directa en países que la reciben.....</u>	795
<i>Verónica Ocadiz-Amador, Manuel-Alejandro Robles-Acevedo, Andrés Ocadiz-Amador (México)</i>	
<u>Desinformación y mal información en un contexto de ultramediaciones.....</u>	800
<i>Marco López-Paredes, Andrea Carrillo-Andrade (Ecuador)</i>	
<u>Mapeando la desinformación: Aproximaciones cartográficas desde las tesis universitarias.....</u>	806
<i>Osbaldo Turpo-Gebera, Gerber Pérez-Postigo (Perú)</i>	
<u>El meme como discurso multimodal de resistencia en redes sociales: Caso Elon Musk y <i>Twitter</i> (X).....</u>	812
<i>Eduardo Pinto-Sanchez, Victor-Hugo Leyva-Sojo (Cuba)</i>	
<u>Apostar por un periodismo que sueñe: Desinformación y procesos electorales en la escuela Cocuyo (Venezuela).....</u>	818
<i>Morella Alvarado-Miquilena (Venezuela)</i>	
<u>Redes sociales digitales: Fuentes de información para los medios de prensa cubanos.....</u>	825
<i>Olga-María Despaigne-Feraud, Betty Beaton-Ruiz, Miguel Gómez-Masjuán (Cuba)</i>	
<u>Entre nuevos desafíos y viejos métodos: La desinformación en la pauta de la Educación Mediática.....</u>	830
<i>Monica Fantin (Brasil)</i>	
<u>Desinformación e ideales estéticos: Los trastornos alimenticios en medios y redes sociales.....</u>	835
<i>Laura López-Romero, María-Jesús Martín-García (España)</i>	
<u>El efecto Sinatra se siembra ahora en una granja: Perspectiva de los <i>netcenters</i> y los sitios de verificación.....</u>	841
<i>Karla-Patricia Ramos-Amaya, Amparo-María Marroquín-Parducci (El Salvador)</i>	
<u>Acercamiento al periodismo de verificación en Cuba.....</u>	846
<i>Meylan-Nancy Martínez-Rivero, Yamile Haber-Guerra, Ana-Teresa Badía (Cuba)</i>	



I. Derechos Humanos, Objetivos de Desarrollo Sostenible...

Desde la Alfabetización Mediática a la *Tourism Literacy*: La Educomunicación para un turismo sostenible

From Media Literacy to Tourism Literacy: Educommunication
for sustainable tourism

Sandra Côrtes-Moreira
Universidad de Huelva, España
sandra.cortes70@hotmail.com

M. Amor Pérez-Rodríguez
Universidad de Huelva, España
amor.perez@dfesp.uhu.es

Miguel Lopes-Neto
Universidad de Huelva, España
miguel.lopes@alu.uhu.es

Resumen

El trabajo conceptualiza la Alfabetización Turística y la competencia de ella derivada, desde la consideración de la necesidad de la Alfabetización Mediática en el contexto actual de interacciones en redes y plataformas. Para ello se analiza el papel de los mediadores turísticos, su relación a través de los medios, como actores competentes/agentes de sostenibilidad del sistema turístico, y sujetos de un proceso educomunicativo, mediante entrevistas estructuradas. Los resultados permiten delimitar el significado de la Competencia en *Tourism Literacy*, parte de una ecología de alfabetizaciones múltiples, relacionadas con la sostenibilidad y su promoción, y en el ámbito de lo educomunicativo.

Abstract

The paper conceptualises Tourism Literacy and the competence derived from it, from the consideration of the need for Media Literacy in the current context of interactions in networks and platforms. For this purpose, the role of tourism mediators, their relationship through media, as competent actors/agents of the sustainability of the tourism system, and subjects of an educommunicative process, is analysed by means of structured interviews. The results allow us to delimit the meaning of Tourism Literacy Competence, part of an ecology of multiple literacies related to sustainability and its promotion, within the field of Educommunication.

Palabras clave / Keywords

Tourism Literacy, medios de comunicación, Educomunicación, competencias, mediadores turísticos.

Tourism Literacy, media, Educommunication, competences, tourism mediators.

Colección 'Redes Sociales y Ciudadanía'
Grupo Comunicar Ediciones / Red 'Alfamed'
Depósito Legal: H-527-2024X ISBN: 978-84-19998-05-7
ISSN 2952-1629 | ISSN (Internet): 3020-7878
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2024>

1. Introducción

La idea de que la alfabetización/*literacy* se circunscribe al acto de aprender a leer y escribir un determinado lenguaje verbal no responde a las necesidades de la ciudadanía en la sociedad actual. La alfabetización se entiende hoy como práctica social, desarrollada a través de actividades que forman parte de lo cotidiano y están moldeadas, no solo por las habilidades individuales, sino también por las normas culturales, las relaciones sociales, las herramientas comunicacionales y el contexto más amplio de la vida (Chakrabarty, 2020, p. 1). De hecho, los ambientes (incluso los no formales) contribuyen a que se desarrolle este proceso nunca finalizado, que aporta distintas dimensiones del conocimiento.

Por lo tanto, hay que considerar que el proceso de alfabetización, desde un planteamiento holístico relacionado con la ciudadanía y las competencias a lo largo de la vida (Pérez-Rodríguez, 2020) es continuo y dinámico, especialmente influido por los cambios y tendencias de los medios, plataformas y redes en los diferentes ámbitos educativos (formales y/o no formales). Este proceso permite al individuo construir su identidad, no solo en el espacio físico, sino también en la red, de forma independiente y consciente de sus responsabilidades cívicas.

De esta manera, es posible entender que existen distintas alfabetizaciones/*literacies*, dependiendo del contexto, y de las áreas de desarrollo social y comportamental humano, con sus implicaciones en lo relativo al uso y comprensión de los códigos/convenciones simbólicas y culturales, a la capacidad de analizar, leer y producir varias fuentes de información, y a la capacidad de comprensión/creación intertextual y dialógica, esto es, las competencias comunicacionales.

En este trabajo nos proponemos definir el concepto de *Tourism Literacy* (en adelante TL) entre las alfabetizaciones posibles. Para ello, y a partir del papel de los mediadores implicados en los procesos de comunicación relacionados con el turismo, y del análisis de quiénes son y cómo se relacionan a través de sus canales de comunicación, nos planteamos delimitar cómo se produce su alfabetización. Una alfabetización que forma parte de un proceso educomunicativo, en el que siempre hay fases de preparación, experiencia y aprendizaje y en el que todos son educadores no formales, que establecen conexiones, dirigiendo sus acciones hacia el desarrollo integral del ser humano. En este sentido, a partir del análisis de entrevistas estructuradas, se diseña una propuesta de competencia (en adelante CTL) que permita a los investigadores y otros interesados su evaluación y posible aplicación en futuros estudios. La finalidad es demostrar que esta competencia tiene una estrecha relación con la comunicación y los medios, con la Alfabetización Mediática, cada vez más crucial en la comunicación turística. Su consideración ayudará a los mediadores (todos los implicados en el proceso turístico) a tener prácticas más acordes con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y las propuestas de la OMT (Organización Mundial del Turismo) en materia de sostenibilidad, cultura, ética y diálogo intercultural.

2. El concepto de *Tourism Literacy*

Si bien no es un término científicamente asentado, Jiménez y Herrera (2016) mencionan el tema de la “alfabetización del turista en el Destino”, señalando la interiorización del conocimiento generado por la solidaridad, fruto de las relaciones establecidas, en tanto que el turista acepta la realidad social/cultural del lugar al que ha viajado. Así, convierte esa realidad en la suya propia, transformando este mundo “ajeno” en algo propio, a través de un proceso basado en valores y ética, respeto por los lugares, sus gentes y el medio ambiente, visto como multirreferencial, relacional y alcanzable a través del ocio turístico.

En el campo de la Geografía, se entiende a partir de la “Alfabetización Geográfica” (*National Geographic Society*, s.d.). Ello implica la capacidad del turista para comprender, procesar y utilizar “datos geoespaciales”. Por otra parte, Unique Visionary Empowerment (2020) también menciona la “alfabetización en viajes y turismo”, atendiendo a las competencias de transporte, comunicación y medios de comunicación, que permiten planificar/realizar actividades turísticas.

Elliott (2019) utiliza la terminología “alfabetización para viajar”, al referirse a la necesidad de seguridad que sienten los turistas cuando acceden a buena información y preparan su viaje, identificando estrategias necesarias: leer libros, buscar grupos en las redes sociales, ver películas y documentales o aprender un idioma.

Finalmente, la “Alfabetización Turística” incluye también la comprensión de la importancia de gestionar y valorar de forma sostenible los recursos con los que se interactúa (naturales, histórico-culturales, socioeconómicos), contribuyendo a un desarrollo turístico de calidad (M. Potes Barbas, comunicación personal, 27 de septiembre de 2020).

De acuerdo con ello, la noción de alfabetización no puede entenderse como un conjunto desconectado y descontextualizado de habilidades de codificación/descodificación, sino como un acto que se traduce en formas de producir y utilizar textos escritos (Papen, 2010), u otros signos, para alcanzar objetivos sociales. Así, el acto de

viajar puede conducir a la *Tourism Literacy*, porque implica un aprendizaje, resultado del establecimiento de relaciones mediadas en las que intervienen las personas, la comunicación y los medios. La estrecha relación entre el turismo y la Alfabetización Mediática, que consideramos fundamental para entender el concepto, la establecemos a partir de las propuestas de Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012), Ferrés y Piscitelli (2012), y Scolari et. al. (2018), en relación con la Competencia Mediática. Nuestro trabajo plantea, a partir de estas, la determinación de la competencia resultante de la Alfabetización Turística (CTL).

3. Metodología

El objetivo de este trabajo es describir las características de la TL, estableciendo las CTL que permiten evaluar si un participante en el proceso turístico es competente. En concreto se pretende comprender/identificar los procesos educocomunicativos aplicados en la construcción de la TL de Região de Turismo do Algarve (RTA), Associação de Turismo do Algarve (ATA) y Câmara Municipal de Faro, para dar respuesta a las preguntas de investigación: a) ¿Qué es la Alfabetización Turística (*Tourism Literacy*)?; y b) ¿Qué competencia presentan los poseedores de TL?

Pretendemos describir si en la nueva ecología de los medios, el turismo, en cuanto forma de comunicarse con los demás, puede requerir una alfabetización específica. Tras la revisión de literatura se procedió a la realización de entrevistas estructuradas (Hernández-Sampieri et al, 2006, pp. 597-605) a los mediadores seleccionados por ser las Organizaciones Gestoras de Destinos (OGDs) más importantes del Algarve/Portugal. Se pretendía conocer si les preocupaba, por un lado, la opinión de su público sobre la comunicación, sus instituciones y la región; la inclusión de estrategias de Educomunicación en sus productos mediáticos; si se utilizaban habilidades relacionadas con la Alfabetización Mediática; y qué tipo de mensajes difundían. Los guiones se basaron en las dimensiones de la CTL, definidas a partir de los modelos de Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012), Ferrés y Piscitelli (2012), y Scolari et al. (2018). Se incluyeron veinte preguntas, estructuradas en cinco categorías y trece subcategorías, que tenían el objetivo de abordar distintas temáticas, para complementar la revisión de literatura y el análisis de los modelos ya mencionados (Figura 1).

Figura 1. División temática de las cuestiones de las entrevistas

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	Cuestiones Asociadas
Ámbito y función de la Institución	Ámbito de la acción de la institución	1 - Identificación del entrevistado: nombre, edad, sexo, cargo, departamento; 2 - ¿Qué papel desempeña su organización en la promoción del turismo en la región del Algarve? 3 - Su departamento/sector tiene responsabilidad directa en la comunicación y planificación. ¿Puede explicar detalladamente en qué consiste esta responsabilidad?
	Papel de la institución	4 - ¿Puede identificar qué medios/canales de comunicación utiliza su institución (papel, digital, audiovisual, otros)?
Medios y canales de la Institución	Medios y canales de la Institución	5 - Su organización lanza varias campañas de comunicación a lo largo del tiempo, ¿cuáles son las principales preocupaciones que tiene cada vez que lanza una campaña? 6 - ¿Puede identificar las principales campañas de comunicación en curso y sus objetivos?
	Definir el público destinatario	8 - ¿Cómo se determina el público objetivo de cada campaña?
Preocupación por las campañas y los mensajes	Definición de los mensajes	7 - A la hora de planificar los mensajes de campaña, ¿tiene en cuenta las diferencias de público o prepara mensajes generales que puedan adaptarse a cualquier público? ¿Por qué? 9 - ¿Los mensajes que crea son los mismos para todos los canales de comunicación que tiene/utiliza? ¿Por qué?
	Tipología de mensajes más utilizadas	10 - ¿Qué tipo de mensajes prefiere utilizar su organización: audiovisuales, imágenes, ¿escritos? ¿Por qué cree que es así? 18 - Imagine que es un turista que visita el Algarve por primera vez, ¿qué tipo de información buscaría y consideraría más importante?
	Distintos impactos de los mensajes	12 - Es indudable que hay mensajes que se perciben con diferente impacto: algunos se entienden mejor y calan rápido, mientras que otros no. ¿Qué opina de esto? ¿A qué lo atribuye?
	Evaluación de los impactos	13 - ¿Cómo evalúa el éxito de sus campañas, es decir, qué criterios y métodos utiliza para saber si tienen éxito o no? 15 - ¿Las personas que visitan el Algarve planifican su viaje con la ayuda de sus canales? ¿Cómo puede medir si esto ocurre realmente?
	Importancia de la comunicación de la institución para la región	19 - En su opinión, ¿es importante su institución y su forma de comunicar para definir la imagen pública de la región del Algarve? Por favor, explíquelo.
Interacción con el público destinatario	Feedback e intercambio de contenidos después de viajar	14 - A menudo recibe comentarios de su público sobre la comunicación de su organización. ¿Cómo se produce este feedback? Ponga ejemplos concretos. 16 - Después de visitar la región, ¿comparten los turistas con usted lo que han visto, aprendido, apreciado, gustado? ¿Cómo lo hacen?
	La educación turística como preocupación comunicativa	11 - Cuando comunica a través de sus campañas en diferentes canales y formatos, ¿cree que de alguna manera está educando o enseñando sobre comunicación turística?
Tourism Literacy	Habilidades para planificar, realizar y comunicar el viaje	17 - ¿Qué habilidades cree que son importantes para que los turistas puedan planificar, realizar y comunicar sus experiencias de viaje?
	Definición de Tourism Literacy	20 - ¿Qué cree que es la "Tourism Literacy"?

4. Resultados

Las ideas recogidas permitieron profundizar los conceptos adquiridos durante la revisión de literatura para crear la propuesta/mapa conceptual de las CLT, con sus dimensiones e indicadores. A partir de estas entrevistas, y considerando algunas de las dimensiones de la Competencia Mediática de Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012), nos planteamos cómo podrían relacionarse con la TL. En concreto, se tuvieron en cuenta habilidades

Figura 2. CTL: Ámbitos y dimensiones

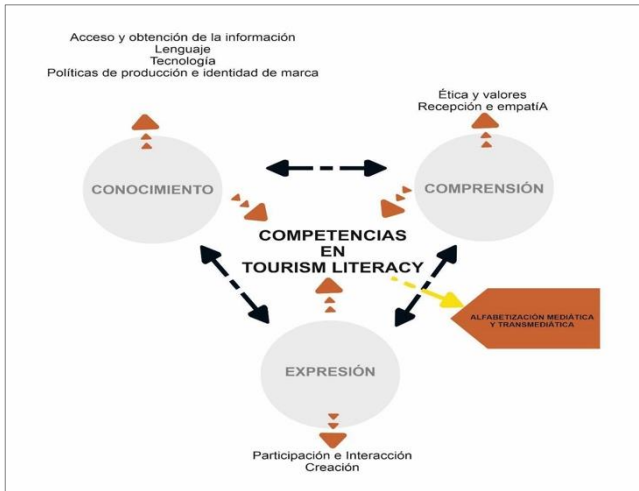
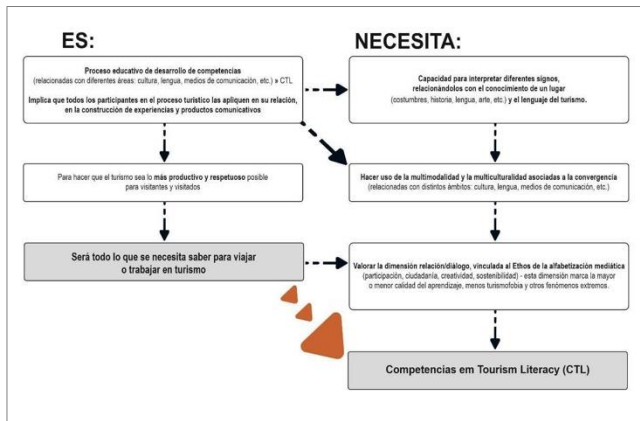


Figura 3. Concepto de Tourism Literacy



relacionadas con los ámbitos del conocimiento, la comprensión y la expresión, que se reflejan en una propuesta validada por siete expertos en Alfabetización Mediática y Turismo.

A partir de los datos de las tres entrevistas realizadas, y de acuerdo con los objetivos, hemos determinado que el concepto de TL implica relacionar la capacidad de interpretar signos (escritos, visuales, auditivos) con el conocimiento que se desarrolla sobre un lugar, las costumbres, la historia, el arte, entre otros temas, y las actividades que se pueden realizar en el mismo. En relación con los mediadores, es lo que necesitan saber para realizar una actividad turística, ya sea la planificación, la búsqueda de información, o una experiencia que proporcione satisfacción y conocimiento.

La profundización en el conocimiento de los procesos de mediación vinculados al turismo permite identificar como mediadores: Medios de comunicación (tradicionales, redes, plataformas); Mediadores turísticos (OGDs y agentes turísticos-guías intérpretes, agentes de viajes, técnicos municipales, animadores, trabajadores de hoteles, etc.); Anfitriones (trabajen o no directamente en el sector turístico); y Turistas.

En cuanto a la CTL (ámbitos, dimensiones e indicadores), los datos nos aportan una mejor comprensión de la actividad y todo lo que ella implica, además de la identificación de herramientas para ampliar prácticas en consonancia con un mejor y más amplio desarrollo social /conductual y una perspectiva más sostenible y ética

de los sujetos que participan en el proceso turístico. Pero, sobre todo, permite comprender que las OGDs identifican lo que suelen ser dimensiones, ámbitos e indicadores de las CTL y las usan en su labor cotidiana.

Algunos ejemplos de las competencias/uso de CTL son:

- Preocupación por efectuar una segmentación rigurosa de sus destinatarios, basada en parámetros como: país de origen, idioma, grupo de edad, intereses y motivaciones, entre otros, hecho que nos muestra una comprensión del papel que tienen las tecnologías en el actual entorno mediático como facilitadoras/vehículos de comunicación para identificar y gestionar niveles de *engagement* (grado de compromiso/fidelidad) y *awareness* (grado de percepción de un destino). Por tanto, la CTL se vincula a la dimensión tecnología, en el ámbito del conocimiento;
- Búsqueda de la reproducción de experiencias de *influencers*. En 2020, la campaña de RTA "¡El Algarve te sienta bien!", hizo un vídeo promocional del dúo Raquel & Miguel/@explorerssaurus, lo que aumentó el número de turistas visitantes de los espacios del vídeo (comprobado en numerosos posts e historias en *Instagram*). Esto nos permite entender que la información asociada a personajes/artistas e *influencers*, con una carga fuerte de testimonio e identificación con el producto/destino de la comunicación turística, tiene una importancia crucial, y se vincula con la dimensión recepción y empatía, en el ámbito de la comprensión.
- Valoración y desarrollo del potencial turístico y el turismo de calidad donde sean visibles las emociones, vivencias, y sensaciones que permitan la formación de una impresión memorable sobre el producto o lugar. Ello permite establecer una conexión con la dimensión creación, en el ámbito de la expresión.

5. Discusión y conclusiones

Es importante destacar la importancia de estos resultados para la reflexión en torno a fenómenos como el *overtourism* y turismofobia (relacionados con el Índice de Irritación Turística, de Doxey, 1975; el concepto de Capacidad de Carga de un Destino Turístico, de O'Reilly, 1986; y el Ciclo de Vida del Turista, de Butler, 1980), con la necesidad de comprender cuál debe ser el *ethos* de esta actividad humana.

Entre los datos recabados, se reconoce que los ciudadanos son aún más activos y críticos. El hecho de que todos los sujetos implicados en este proceso sean poseedores de habilidades como, por ejemplo, la alfabetización digital, que es específicamente mencionada por la CMFaro (cuestión 17), y que permitan actuar más conscientemente en nuestro hábitat comunicativo y en la vida social es determinante para el desarrollo del turismo y, consecuentemente, generará un crecimiento de las CTL de todos los mediadores.

La humanización de las comunicaciones turísticas, ampliando el grado de implicación/proximidad, por ejemplo, la sensación de familiaridad que anima a realizar el viaje, como resaltan RTA y CMFaro (cuestión 11), sitúa la TL y las competencias asociadas a ella como clave para desarrollar herramientas potenciadoras de una sociedad mejor. En este sentido, la importancia de fomentar el diálogo, leer a las comunidades con empatía y crear lazos de solidaridad entre la diversidad del propio territorio, los habitantes y el turista, se convierte en algo central y concreto, de acuerdo con habilidades claramente identificadas. La TL no está dissociada de las cuestiones de participación, creatividad, ciudadanía alfabetizada (Fantin, 2022) y los valores éticos/competencias interculturales, presentes en la relación con el Otro, el Medio Ambiente y el Patrimonio, como se destaca en el Código Ético Mundial para el Turismo (UNWTO, 2001) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (UNWTO, s.d.). Los sujetos/mediadores entrevistados manifiestan que el mundo digital es responsable en la toma de decisiones y posterior intercambio de experiencias en lo que concierne a los viajes (CMFaro, cuestión 17), porque la relación con los medios y la forma de buscar y adquirir conocimientos sobre un destino turístico (ATA, cuestión 20), la capacidad de planificar y gestionar un itinerario, según sus preferencias, de forma segura y eficaz: saber cómo llegar a un lugar concreto, qué hacer, con quién, dónde comer o cómo sacar el máximo partido al destino a través de las experiencias que ofrece (RTA, cuestión 20), es poseer CTL.

La multimodalidad y la multilateralidad significan que, en relación con el turismo y las tipologías discursivas de los medios (texto, sonido, fotografía, vídeo y una combinación de estos), podemos apelar a la comunicación de la autenticidad, lo diferente y lo espectacular, lo lúdico y las emociones, destacando las características de los medios, los aspectos semiológicos del discurso y las habilidades de los *prosumers/producers*. Queda muy presente en las respuestas de RTA, ATA y CMFaro, especialmente en las cuestiones del uso correcto de códigos y estructuras narrativas propias de cada soporte/formato, y las tecnologías. Por tanto, existe, partiendo del análisis de estas entrevistas, una relación directa entre las competencias de los mediadores en términos de Alfabetización Mediática y la TL.

La mediación asume un papel estructurador en la formación de CTL. La forma en que tiene lugar refuerza los vínculos, y orienta eficazmente el aprendizaje como reconocen las OGDs entrevistadas. Así, siendo un proceso de aprendizaje permanente, debe necesariamente promover el desarrollo sostenible, reflejando el respeto y la valorización de un equilibrio indispensable para el mantenimiento y la preservación de nuestro planeta (UNWTO, 2001), a través del establecimiento de relaciones respetuosas.

Referencias

- Borges, G., & Sigiliano, D. (2021). Qualidade Audiovisual e Competência Midiática: proposta teórico-metodológica de análise de séries ficcionais. *Anais Do XXX Encontro Anual Da Compós*. Pontifícia Universidade Católica De São Paulo. <https://bit.ly/42A4n99>
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management resources. *Canadian Geographer*, 24, pp. 5-12. DOI <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Chakrabarty, D. (2020). Theories of the New Literacy Studies (NLS). *Research Journal of English Language and Literature (RJELAL)*, 8(1) (January-March). <https://bit.ly/4aml1N2>
- Doxey, G.V. (1975). A causation theory of visitor/resident irritants: Methodology and research inferences. In *Proceedings of the Travel Research Association 6th Annual Conference* (pp. 195-198). Travel Research Association.
- Elliott, C. (2019). *How to be a better traveler now*. <https://bit.ly/46r6PRu>
- Fantin, M. (2022). Literacia midiática: dimensões críticas, éticas e estéticas. *Seminários de Formação em Literacia Midiática – Literacia Mediática*. Observatório da Qualidade no Audiovisual. <https://bit.ly/3pgrcAb>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La Competencia Mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores; Media Competence, articulated proposal of dimensions and indicators. *Comunicar*, 19(38), 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. & Lucio, P.B. (2006). *Metodología de la Investigación*. MacGraw-Hill Interamericana.
- Jiménez, M.E.S., & Herrera, M.C.M. (2016). Resiliencia, alfabetización y animación turística: una propuesta turística para Cholula. *Animación Turística Para el Diálogo de Saberes* (pp. 93-115). Instituto tecnológico de Puebla y Universidad de las Américas. <https://bit.ly/3plDfw4>
- National Geographic (s.d.) *Geo-Literacy*. Education. <https://bit.ly/3UA2MOS>

- O'Reilly, A.M. (1986). Tourism carrying capacity: concept and issues. *Tourism management*, 7(4), 254-258. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90035-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90035-X)
- Papen, U. (2010). Literacy mediators, scribes or brokers? the central role of others in accomplishing reading and writing. *Langage Et Societe*, 133(3), 63-82. <https://doi.org/10.3917/lis.133.0063>
- Pérez-Rodríguez, M.A., & Delgado-Ponce, A. (2012). From digital and audiovisual competence to Media Competence: Dimensions and indicators. *Comunicar*, 39, 25-34. <https://bit.ly/3PyRXKO>
- Pérez Rodríguez, A. (2020). Homo sapiens, homo videns, homo fabulators. La Competencia Mediática en los relatos del universo transmedia. *ICONO14*, 18(2), 16-34. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1523>
- Scolari, C.A., Masanet, M., Guerrero-Pico, M., & Establés, M. (2018). TransMedia Literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies. *Profesional de la Información*, 27(4), 801-812. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09>
- Unique Visionary Empowerment (2020, March). *Travel & Tourism Literacy*. <https://bit.ly/3pgsACT>
- UNWTO (s.d.). *El Turismo en la Agenda 2030*. <https://bit.ly/4bOD1ju>
- UNWTO (2001). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, 21 de diciembre de 2001, A/RES/56/212. <https://bit.ly/3x73dY0>