



Desarrollo de competencias

10

Estrategia de innovación docente para el perfeccionamiento de la comunicación escrita en turismo

Teaching innovation strategy for improving written communication in tourism



AUTORES

Ana Goytia Prat¹

agoytia@deusto.es ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4393-6960>

Asunción Fernández Villarán Ara¹

asun.fvillaran@deusto.es ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2647-8526>

Mónica Erice González de Durana¹

monica.erice@deusto.es

¹ Departamento de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Deusto.



PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Comunicación escrita; grado en turismo; buenas prácticas; colaboración docente.

Written communication; Degree in Tourism; Good practices; Teaching collaboration.



RESUMEN

Los estudiantes del Grado en Turismo necesitan herramientas para expresarse bien y con rigor, de modo que sean capaces de conectar con el lector, teniendo en cuenta los diferentes destinatarios con los que pueden comunicarse en su profesión. En este contexto, entendemos que los resultados de aprendizaje de expresión escrita han de trabajarse desde el inicio del proceso formativo y perfeccionarse de manera continua a lo largo de la carrera universitaria. Por ello, la práctica de innovación docente que se presentan a continuación está dirigida al alumnado de primer curso del Grado en Turismo de la Universidad de Deusto.

El objetivo principal de la práctica docente consiste en evaluar el impacto de una *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* en la percepción subjetiva de los estudiantes con respecto a su nivel de competencia al respecto. La buena práctica incluye dos objetivos específicos. En primer lugar, el diseño conjunto de la Estrategia entre las profesoras de cinco asignaturas del primer curso del Grado en Turismo. En segundo lugar, el análisis de la auto-percepción del nivel de competencia en comunicación escrita. Éste se ha realizado a través de la *Escala Contextualizada de Autoeficacia en Escritura Académica*, SAWSES (Mitchell et al., 2021). El análisis comparativo, antes y después de participar en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, ha permitido demostrar que trabajar la comunicación escrita, de manera conjunta en diferentes asignaturas del mismo curso académico, mejora la auto-percepción del alumnado con respecto a su competencia.

ABSTRACT

Students of the Degree in Tourism need tools to express themselves well and with accuracy, so that they are able to connect with the reader, taking the different recipients with whom they may communicate in their profession into account. In this context, we understand that learning outcomes of written expression must be worked on from the beginning of the training process and continuously improved throughout the university career. Therefore, the teaching innovation practice presented below is aimed at first-year students of the Degree in Tourism at the University of Deusto.

The main objective of the teaching practice is to evaluate the impact of a *Strategy for Improving Written Communication in Tourism* on the subjective perception of students regarding their level of competence in this regard. The good practice includes two specific objectives. Firstly, the joint design of the Strategy between the teachers of five subjects in the first year of the Degree in Tourism. Secondly, the analysis of the self-perception of the level of competence in written communication. This has been carried out through the Contextualized Scale of Self-Efficacy in Academic Writing, SAWSES (Mitchell et al., 2021). The comparative analysis, before and after participating in the Strategy for Improving Written Communication in Tourism, has shown that working on written communication, jointly in different subjects of the same academic year, improves students' self-perception regarding their competence.



1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

A lo largo de los últimos años, y con más intensidad desde que se publicó el Real Decreto 1393/2007 que estableció la obligatoriedad de realizar un Trabajo Fin de Grado, los profesores detectamos ciertas carencias en nuestros egresados respecto a las habilidades de comunicación escrita. Coincidimos con Susaeta Erburu y col. (2022) en que se hace necesario proporcionar a los estudiantes del Grado en Turismo herramientas necesarias para que se expresen bien y con rigor. Es decir, no se trata sólo de escribir con una ortografía correcta. Escribir bien requiere procedimientos ejecutivos que pongan en funcionamiento la planificación, transcripción y revisión en el momento oportuno, asegurando la adecuación del documento según el contexto en el que se desarrolla y de acuerdo a los diferentes públicos a los que se dirige. Además, de acuerdo con Thompson (2001), refinar, estructurar, organizar y comunicar cuidadosamente las ideas para una audiencia es un proceso desafiante y de gran valor educativo, especialmente, si se incluyen las reacciones, preguntas y comentarios de dicha audiencia. Así, es necesario que el egresado en turismo sea capaz de conectar con el lector, teniendo en cuenta los diferentes destinatarios con los que puede comunicarse en su profesión.

En este contexto, entendemos que los resultados de aprendizaje de la comunicación escrita han de trabajarse desde el inicio del proceso formativo y perfeccionarse de manera continua a lo largo de la carrera universitaria. Por ello, la buena práctica que se presentan a continuación está dirigida al alumnado de primer curso del Grado en Turismo de la Universidad de Deusto. Concretamente, se ha aplicado en cinco asignaturas diferentes de dicho curso. Las asignaturas involucradas aparecen en la tabla 1.

Tabla 1. Asignaturas involucradas en el proyecto

Asignatura	Sostenibilidad y bienestar en sociedades globales	Estructura del mercado turístico	Economía y organización de empresas	Marketing turístico y digital	Gestión de experiencias turísticas
Curso	1º	1º	1º	1º	1º
Semestre	1º	1º	1º	2º	2º
Tipo asignatura	Básica	Obligatoria	Básica	Obligatoria	Obligatoria
Ámbito de aplicación de la comunicación escrita	Informes técnicos que interpretan los datos turísticos que necesita conocer el sector.	Publicaciones y noticias de actualidad dirigidas al sector turístico.	Publicaciones académicas	Escritos científicos que proporcionan información al sector y a la academia.	Narrativas ("story telling") que proporcionan información al turista

De esta manera, y siguiendo a Arnold y cols. (2017), tenemos en cuenta que cada tipo de escritura conlleva procesos y resultados de aprendizaje diferentes que, a su vez, se abordan en las diferentes asignaturas. En cada asignatura, además, se



considera uno de los diferentes tipos de destinatarios con los que trabaja el profesional del turismo. Los destinatarios considerados en la práctica docente son los siguientes:

1. Profesionales del sector, bien sean éstos sector público o empresa privada, a los que se comunica por escrito: noticias de actualidad turística, información sobre datos, métricas, indicadores de desempeño (KPI) u otros, bien a través de informes técnicos, bien a través de infografías
2. Clientes con los que el profesional del turismo se comunica por escrito, bien sea a través de la comunicación escrita online, a través de mails, foros, o blogs, bien sea a través de la generación de contenidos o utilizando narrativas y técnicas de “story telling”.
3. Académicos, observatorios turísticos o cualquier otro agente científico del turismo con quienes ha de comunicarse por escrito con rigurosidad académica.

El objetivo principal de la práctica docente consiste en evaluar el impacto de una *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* en la percepción subjetiva de los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo respecto a su nivel de competencia al respecto.

Para alcanzar el Objetivo General, la práctica docente incluye los siguientes Objetivos Específicos:

Objetivo Específico 1. Adaptar, en cinco asignaturas del primer curso del Grado en Turismo, el Resultado de Aprendizaje Transversal (RAT) “*Comunicar con corrección, claridad y eficacia, a través de todo tipo de textos escritos en función de su propósito comunicativo, utilizando las estrategias necesarias para adecuarlo a la situación y al destinatario*”.

Objetivo Específico 2. Co-diseñar, en cinco asignaturas del primer curso del Grado en Turismo, una *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* (Actividades, Estrategias de enseñanza-aprendizaje, y Herramientas de evaluación).

Objetivo Específico 3. Analizar, previamente y tras la participación en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, la percepción subjetiva de los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo con respecto a su competencia en comunicación escrita en turismo.

Las hipótesis de partida son las siguientes:

- H₁ Trabajar la comunicación escrita, de manera conjunta en diferentes asignaturas del mismo curso académico, es una estrategia que ayuda a mejorar la autopercepción del alumnado con respecto a su competencia en comunicación escrita.
- H₂ Sensibilizar al alumnado sobre la importancia de adaptar la comunicación escrita a diferentes situaciones y a diferentes tipos de público, a través de todo tipo de escritos turísticos, garantiza la mejora de su percepción subjetiva respecto a su competencia al respecto.



2. DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA DE INNOVACIÓN DOCENTE

La práctica se ha desarrollado en tres fases que se describen a continuación.

FASE 1. Planificación docente de los resultados de aprendizaje en las diferentes asignaturas

- ➔ Adaptación, en cada asignatura, del Resultado de Aprendizaje Transversal 4.1. *“Comunicar con corrección, claridad y eficacia, a través de todo tipo de textos escritos en función de su propósito comunicativo, utilizando las estrategias necesarias para adecuarlo a la situación y al destinatario”*.
- ➔ Co-diseño, para cada una de las 5 asignaturas, de:
 - » Actividades: Trabajo a desarrollar por parte de los estudiantes,
 - » Estrategias de enseñanza – aprendizaje,
 - » Tiempos y métodos de evaluación,
- ➔ Diseño de la herramienta para la medición del impacto de la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* en la autopercepción del alumnado con respecto a su nivel de competencia al respecto.
 - » Revisión de instrumentos de medición del resultado de aprendizaje “comunicación escrita”
 - » Selección, traducción y adaptación de los ítems de las escalas identificadas
 - » Definición del instrumento a utilizar.

FASE 2. Docencia para favorecer la adquisición de los resultados de aprendizaje

- ➔ Inicio del primer semestre: Administración (primera oleada) del cuestionario de medición de la autopercepción sobre el nivel de competencia en comunicación escrita a los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo.
- ➔ Primer semestre: Puesta en marcha de la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* en las 3 asignaturas del primer semestre.
- ➔ Segundo semestre: Puesta en marcha de la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* en las 2 asignaturas del segundo semestre.
- ➔ Final del segundo semestre: Administración (segunda oleada) del cuestionario de medición de la autopercepción sobre el nivel de competencia en comunicación escrita de los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo.



FASE 3. Análisis comparativo de la autopercepción del nivel de competencia en comunicación escrita pre y post del desarrollo de la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*.

- ➔ Análisis comparativo de resultados (primera y segunda oleada) del test de medición de la autopercepción del nivel de competencia en comunicación escrita.

3. HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

3.1. Escala de evaluación

El análisis de la autopercepción del nivel de competencia en comunicación escrita se ha realizado a través de la *Escala Contextualizada de Autoeficacia en Escritura Académica*, SAWSES (Mitchell et al., 2021), cuyo constructo se estructura en veinte ítems en formato Escala de Likert de cinco puntos.

La Escala mide la autopercepción del estudiante con respecto a tres factores de la escritura en una disciplina académica concreta, de ahí el adjetivo “contextualizada”. Los tres factores son los siguientes:

Fundamentos de escritura

Esta dimensión hace referencia a la capacidad de síntesis, al control emocional y al dominio del lenguaje. Los ítems del cuestionario apelan a la autoevaluación del estudiante con respecto a:

1. Capacidad de superación ante las dificultades para comunicarse por escrito.
2. Capacidad para utilizar lenguaje académico.
3. Capacidad de síntesis.

Escritura relacional reflexiva

Esta segunda dimensión alude a la capacidad para crear y desarrollar relaciones con quienes ayudan y facilitan el proceso de la escritura, bien sean profesores o fuentes académicas, así como con uno mismo, a través de la reflexión. Incluye once aspectos que inquietan al estudiante sobre su autopercepción con respecto a:

1. Capacidad de adaptación al lector.
2. Capacidad de aprovechar las valoraciones negativas.
3. Capacidad de reflexión para la mejora.
4. Capacidad de generar ideas propias a partir de autores.
5. Capacidad de análisis de la estructura del texto.



6. Capacidad de adaptar escritura al tipo de trabajo.
7. Capacidad de decisión sobre la oportunidad de las sugerencias.
8. Percepción de la accesibilidad con respecto del profesorado.
9. Capacidad de control de emociones.
10. Capacidad de aplicar reglas de la guía de estilo.
11. Capacidad para reconocer cuando uno se “va por las ramas”.

Identidad creativa

La tercera dimensión remite a la capacidad de explorar las deficiencias en el rendimiento de los estudiantes en escritura transformadora (creatividad, voz propia, e identidad disciplinaria), donde la confianza puede ayudar a identificar a los escritores más comprometidos. Incorpora seis ítems que permiten valorar la auto-percepción del estudiante con respecto a:

1. Valoración de la escritura en el fortalecimiento del sentimiento de pertenencia al sector profesional.
2. Capacidad creativa con tono profesional.
3. Capacidad creativa en la escritura académica.
4. Capacidad de expresión con voz propia.
5. Capacidad creativa a pesar de estar sujeto a orientaciones específicas.
6. Capacidad de expresión técnica específica.

3.2. Baremo para la interpretación de los resultados con respecto a la autopercepción del nivel de competencia en comunicación escrita en turismo

A partir de la escala de Likert de cinco puntos para la autoevaluación con respecto a los veinte ítems de la escala SAWSES (Mitchell et al., 2021), se ha establecido un baremo de evaluación. Este baremo permite un registro gradual de la percepción de los estudiantes con respecto a su nivel de competencia en comunicación escrita en turismo antes y después de la participación en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*.

El baremo incluye cuatro categorías de autopercepción con respecto a la competencia comunicación escrita en turismo: (1) Carencia; (2) Suficiencia; (3) Confianza; y (4) Excelencia.

Carencia



$2,67 < \bar{x} < 3,22$

Suficiencia



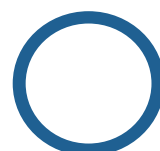
$3,23 < \bar{x} < 3,78$

Confianza



$3,79 < \bar{x} < 4,36$

Excelencia



$4,37 < \bar{x} < 5,00$



Carencia. Hace referencia a la autopercepción de falta de competencia o de herramientas para comunicar por escrito en el ámbito del turismo ($2,67 < \bar{x} < 3,22$).

Suficiencia. Alude a la autopercepción de haber adquirido una competencia o habilidad aceptable para comunicar por escrito en el ámbito del turismo ($3,23 < \bar{x} < 3,78$).

Confianza. Se refiere a la autopercepción de seguridad en la capacidad para comunicar por escrito en el ámbito del turismo con éxito ($3,79 < \bar{x} < 4,36$).

Excelencia. Hace mención a la autopercepción de poseer la virtud para comunicar por escrito en el ámbito del turismo a la perfección ($4,37 < \bar{x} < 5,00$).

3.3. Muestra objeto del estudio

El cuestionario se administró al alumnado del primer curso del Grado en Turismo de la Universidad de Deusto ($n=15$) en dos oleadas. La primera oleada, previa a la participación en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, se administró al inicio del primer semestre, en noviembre del año 2023. La segunda oleada, posterior a la participación en la Estrategia, se administró al final del segundo semestre, en mayo de 2024.

4. RESULTADOS. AUTOPERCEPCIÓN DEL NIVEL DE COMPETENCIA EN COMUNICACIÓN ESCRITA DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER CURSO DEL GRADO EN TURISMO PRE Y POST INTERVENCIÓN DOCENTE

4.1. Fundamentos de escritura

Tal y como se presenta en la Tabla 2, con anterioridad a la intervención educativa, los estudiantes perciben que tienen “suficiente” ($3,23 < \bar{x} < 3,78$) capacidad de síntesis, de control emocional y dominio del lenguaje. Es decir, suficiente competencia en cuanto a “Fundamentos de Escritura”.

Tabla 2. Análisis Pre-Post Fundamentos de escritura

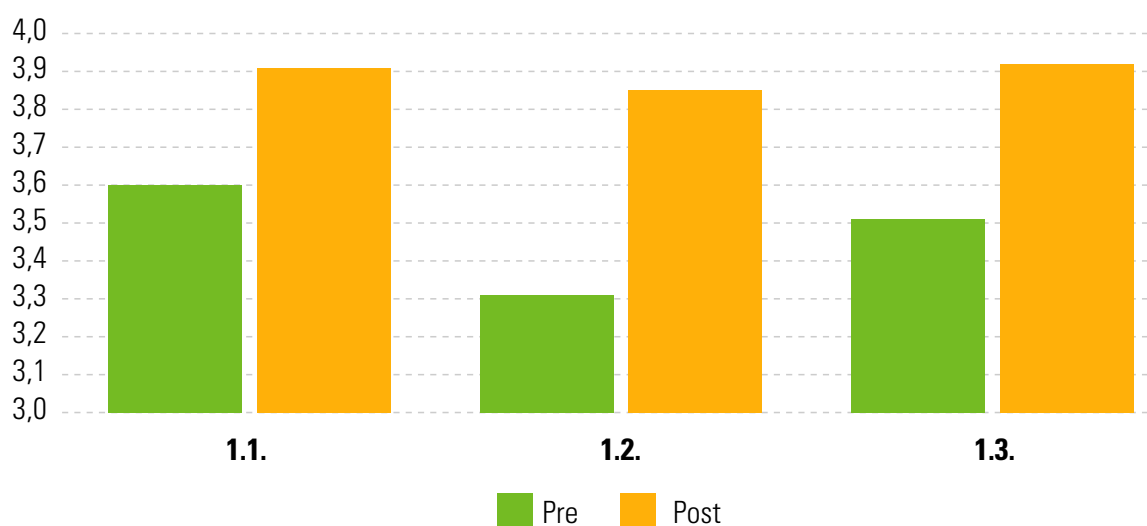
	PRE	POST
1.1. Capacidad de superación ante dificultades para comunicarse por escrito	$\bar{x} = 3,60$ $\sigma = 0,91$	$\bar{x} = 3,93$ $\sigma = 0,62$
1.2. Capacidad para utilizar lenguaje académico	$\bar{x} = 3,33$ $\sigma = ,90$	$\bar{x} = 3,86$ $\sigma = 0,77$
1.3. Capacidad de síntesis	$\bar{x} = 3,53$ $\sigma = 0,74$	$\bar{x} = 3,93$ $\sigma = 0,62$



Tras la intervención educativa, la percepción subjetiva del nivel de competencia en cuanto a “Fundamentos de Escritura”, además de ser más homogénea entre los estudiantes, tal y como demuestra la disminución de las desviaciones típicas, se eleva a un nivel de “confianza” ($3,79 < \bar{x} < 4,36$).

La Ilustración 1 explica gráficamente la validación de la H_1 en lo que se refiere a la primera dimensión de la comunicación escrita en turismo. En otras palabras, se confirma que trabajar la comunicación escrita, de manera conjunta en diferentes asignaturas del mismo curso académico, es una estrategia que ayuda a mejorar la autopercepción del alumnado con respecto a su competencia respecto a “Fundamentos de Escritura”.

Ilustración 1. Evolución Fundamentos Escritura



4.2. Escritura Relacional Reflexiva

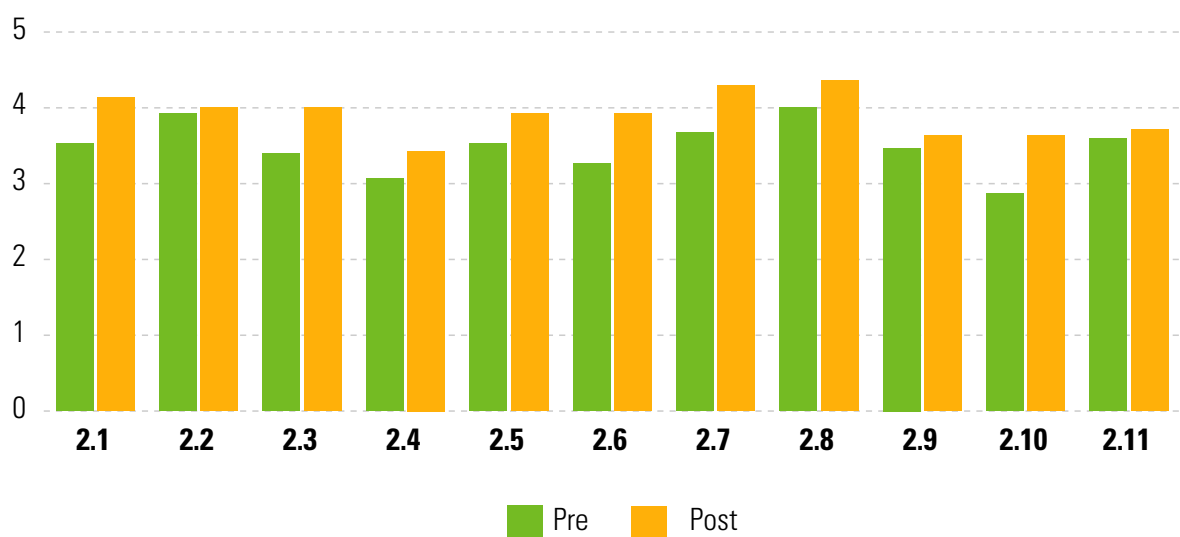
En lo que se refiere a la percepción subjetiva del alumnado con respecto a su nivel de competencia en “Escritura Relacional Reflexiva”, la Ilustración 2 permite comprobar que sigue una pauta similar a la evolución comentada en la dimensión anterior. La mejora de la percepción subjetiva del alumnado con respecto a su capacidad para crear y desarrollar relaciones con los profesores que le ayudan y facilitan en el proceso de la escritura, así como con uno mismo a través de la reflexión y con las fuentes académicas, se observa en diez de los once ítems con conforman la dimensión.

En términos globales, previamente a la participación en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, los estudiantes tienen una percepción de “suficiencia” ($3,23 < \bar{x} < 3,78$), que se eleva a una percepción de “confianza” ($3,79 < \bar{x} < 4,36$) tras la intervención educativa. Así, por ejemplo, la percepción de mejora con respecto a la “Capacidad de adaptación al lector”, que asciende,



tras la intervención educativa, de un nivel de suficiencia ($\bar{x} = 3,53$) a un nivel de confianza ($\bar{x} = 4,14$), confirma la segunda hipótesis de partida. Esto es, verificamos que sensibilizar al alumnado sobre la importancia de adaptar la comunicación escrita a diferentes situaciones y a diferentes tipos de público, a través de todo tipo de escritos turísticos, garantiza la mejora de su percepción subjetiva respecto a su competencia al respecto.

Ilustración 2. Evolución Escritura Relacional Reflexiva



El impacto positivo de la intervención se pone de manifiesto incluso en aquellos aspectos de la “Escritura Relacional y Reflexiva” con respecto a los que el alumnado tiene una percepción inicial de carencia. Este es el caso de la “Capacidad de generar ideas propias a partir de autores” (2.4 en la Ilustración 2) y de la percepción subjetiva con respecto a la “Capacidad de aplicar reglas de la guía de estilo” (2.10 en la Ilustración 2). En el primer caso el alumnado parte de una percepción subjetiva de carencia ($\bar{x} = 3,07$) y, tras la intervención educativa, alcanza una percepción subjetiva de suficiencia ($\bar{x} = 3,43$). En el segundo caso, los estudiantes tienen una percepción subjetiva previa a la intervención educativa de carencia ($\bar{x} = 2,87$). Sin embargo, tras la participación en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, la autopercepción de falta de competencia o de herramientas para aplicar las reglas de estilo, mejora hasta alcanzar en un rango de suficiencia ($\bar{x} = 3,64$).

Además, resulta interesante destacar dos aspectos de la “Escritura Relacional y Reflexiva” con respecto a los que el alumnado, incluso con anterioridad a la participación en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, tiene una percepción subjetiva de confianza ($3,79 < \bar{x} < 4,36$). Nos referimos a la “Capacidad para aprovechar las valoraciones negativas” (2.2 en la Ilus-



tración 2) y a la percepción con respecto a la “Accesibilidad del profesorado” (2.8 en la Ilustración 2). En ambos casos la participación en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* ha reforzado la percepción positiva al respecto.

Consecuentemente, el análisis global de esta segunda dimensión, parece confirmar la primera hipótesis de partida. Es decir, confirmar que trabajar la comunicación escrita, de manera conjunta en diferentes asignaturas del mismo curso académico, es una estrategia que ayuda a mejorar la autopercepción del alumnado con respecto a su competencia respecto a “Escritura Relacional Reflexiva”. Sin embargo, una excepción impide confirmar plenamente el impacto positivo de la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, en la percepción subjetiva del alumnado con respecto a su competencia en “Escritura Relacional Reflexiva”. Se trata de la percepción con respecto a su “Capacidad para controlar emociones” (2.9 en la Ilustración 2). Esta competencia de la “Escritura Relacional Reflexiva”, a pesar de mejorar tras la intervención educativa (pasa de $\bar{X}=3,47$ a $\bar{X}=3,64$), se mantiene en la percepción de “suficiencia” previa a la intervención educativa.

4.3. Identidad creativa

La Tabla 3 muestra los resultados de la autopercepción de alumnado con relación a su nivel de competencia respecto a su “Identidad Creativa”.

Tabla 3. Análisis Pre-Post Identidad Creativa

	PRE	POST
3.1. Valoración escritura en sentimiento de pertenencia al sector	$\bar{X}= 3,20$ $\sigma= 1,01$	$\bar{X}= 3,93$ $\sigma =0,73$
3.2. Capacidad creativa con tono profesional	$\bar{X}= 3,33$ $\Sigma = 1,11$	$\bar{X}= 3,79$ $\sigma = 0,80$
3.3. Capacidad creativa en la escritura académica	$\bar{X}= 2,67$ $\sigma = 1,11$	$\bar{X}= 3,21$ $\sigma =0,89$
3.4. Capacidad de voz propia	$\bar{X}= 3,40$ $\sigma = 0,99$	$\bar{X}= 3,79$ $\sigma =0,70$
3.5. Capacidad creativa a pesar de orientaciones específicas	$\bar{X}= 2,87$ $\sigma = 0,92$	$\bar{X}= 3,86$ $\sigma =0,53$
3.6. Capacidad de expresión técnica específica	$\bar{X}= 3,23$ $\sigma = 0,99$	$\bar{X}= 3,93$ $\sigma =0,73$

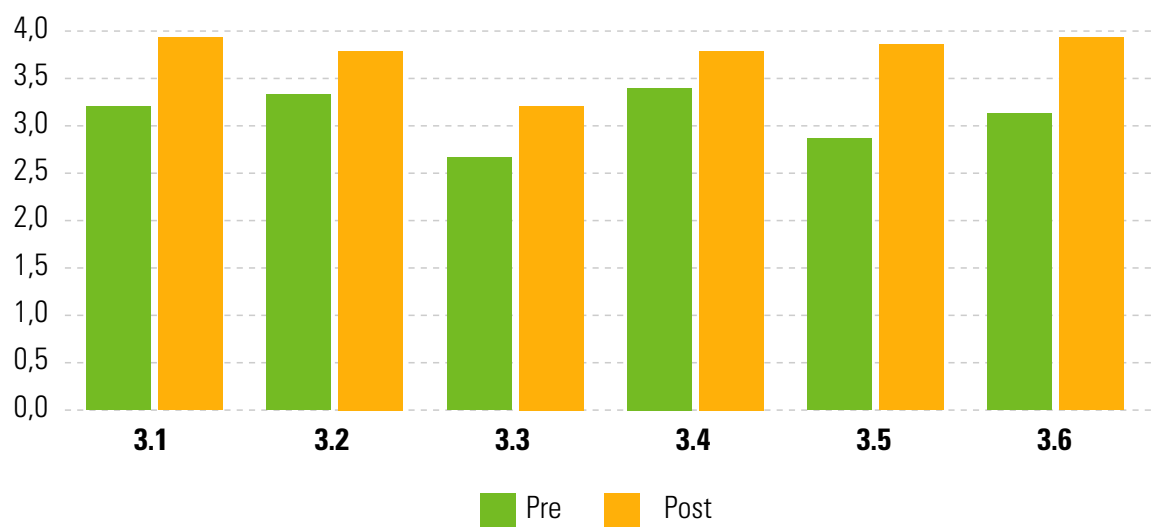
Merece nuestra atención la alta dispersión de las respuestas ($\sigma \geq 1$) al cuestionario administrado previamente a la intervención educativa. Esta dispersión obliga a



relativizar la aparente percepción de carencia ($2,67 < \bar{x} < 3,22$) para comunicar por escrito con creatividad en el ámbito del turismo. Por contra, las altas desviaciones típicas apuntan a la existencia de dos grupos de estudiantes bien diferentes. Por un lado, un grupo que se autopercibe carente de competencia o de herramientas para comunicar creativamente en el ámbito del turismo. Por otro lado, otro grupo con una percepción subjetiva de confianza y seguridad en su capacidad para comunicar por escrito creativamente en el ámbito del turismo.

En este caso, el éxito de la intervención educativa resulta palpable. Por una parte, la participación del alumnado en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* ha homogeneizado la percepción subjetiva del alumnado con respecto a su nivel de “Identidad Creativa”. Por otro lado, la percepción subjetiva de los estudiantes con respecto a su “Identidad Creativa” alcanza el nivel de “confianza” ($3,79 < \bar{x} < 4,36$).

Ilustración 3. Evolución de la Identidad Creativa



5. CONCLUSIONES Y LÍNEAS DE FUTURO

Los resultados del análisis comparativo de la autopercepción respecto a la competencia en comunicación escrita de los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo de la Universidad de Deusto, antes y después de participar en la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo*, ha permitido llegar a las siguientes conclusiones:

1. Trabajar la comunicación escrita, de manera conjunta en diferentes asignaturas del mismo curso académico, es una estrategia que facilita la comprensión y el razonamiento (Ainsworth, 2006), así como el nivel de competencia de la expresión escrita.



2. Sensibilizar al estudiante sobre la importancia de adaptar la comunicación escrita a diferentes tipos de públicos le permite tener diversas perspectivas del mundo profesional (Arnold y cols., 2017). Además, permite orientar el pensamiento del alumnado hacia las formas de pensar y actuar propias del profesional en turismo (McCune y Hounsell, 2005).
3. El uso de las diferentes actividades que componen la estrategia de enseñanza-aprendizaje de cada asignatura resulta beneficioso para el proceso de aprendizaje al requerir diferentes maneras de pensar y dado que cada tipología de actividad tiene sus propios valores y limitaciones (Scheid y cols., 2018).
4. La combinación de texto con imágenes y diagramas, propio de algunos tipos de comunicación escrita en turismo, potencia la creatividad y la capacidad de razonar (Tylén y cols., 2014).

Por otra parte, se observa que la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* ha resultado efectiva permitiendo validar las hipótesis de partida con una única excepción: la autopercepción del estudiante con respecto a su nivel de competencia para controlar emociones no mejora tras la intervención educativa.

Esto puede explicarse por el hecho de que la *Estrategia de Perfeccionamiento de la Comunicación Escrita en Turismo* se ha centrado en el aprendizaje de aspectos técnicos y no ha abordado estrategias de mejora de la autoregulación emocional. Por ello, se sugiere revisar tanto las actividades como las estrategias de enseñanza-aprendizaje de la Estrategia incorporando estrategias psicológicas que permitan al estudiante mejorar el control de sus emociones cuando se enfrenta a la comunicación escrita en turismo.

REFERENCIAS

- Ainsworth, S. (2006). DeFT: A conceptual framework for considering learning with multiple representations. *Learning and instruction*, 16(3), 183-198. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2006.03.001>
- Arnold, K. M., Umanath, S., Thio, K., Reilly, W. B., McDaniel, M. A., & Marsh, E. J. (2017). Understanding the cognitive processes involved in writing to learn. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 23(2), 115. <https://doi.org/10.1037/xap0000119>
- McCune, V., & Hounsell, D. (2005). The development of students' ways of thinking and practising in three final-year biology courses. *Higher Education*, 49, 255-289. <https://doi.org/10.1007/s10734-004-6666-0>
- Mitchell, K. M., McMillan, D. E., Lobchuk, M. M., Nickel, N. C., Rabbani, R., & Li, J. (2021). Development and validation of the situated academic writing self-efficacy scale (SAWSES). *Assessing Writing*, 48, 100524.



- Scheid, J., Müller, A., Hettmannsperger, R., & Schnotz, W. (2018). Representational competence in science education: From theory to assessment. In: Daniel, K. (eds) *Towards a Framework for Representational Competence in Science Education. Models and Modeling in Science Education*, vol 11, 263-277. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-89945-9_13
- Susaeta Erburu, L., Martin Duque, C., Romero Padilla, Y., Garcia Garcia, A., Sedano Moya, P., Barrera Cruz, N., y Casado Calle, P. (2022). La comunicación escrita y el análisis de datos como herramientas clave en la empleabilidad de los estudiantes de Turismo.
- Thompson, G. (2001). Interaction in Academic Writing: Learning to argue with the reader. *Applied Linguistics*, 22(1), 58-78. <https://doi.org/10.1093/applin/22.1.58>
- Tylén, K., Fusaroli, R., Bjørndahl, J. S., Raczaszek-Leonardi, J., Østergaard, S., & Stjernfelt, F. (2014). Diagrammatic reasoning: Abstraction, interaction, and insight. *Pragmatics & Cognition*, 22(2), 264-283. <https://doi.org/10.1075/pc.22.2.06tyl>