

DEJANDO VOLAR LA IMAGINACIÓN

El uso de la historieta como estrategia de enseñanza en hotelería

Jammilly M. Fagundes Brandão*
Anielson Barbosa da Silva**
Universidad Federal de Paraíba
João Pessoa, Brasil

Resumen: Este artículo buscó analizar la percepción de los alumnos del Bachillerato en Hotelería de la Universidad Federal de Paraíba sobre el uso de la historieta (H) como estrategia de educación. Se utilizó la H para reproducir conceptos específicos abordados en una materia de curso: Introducción a las Actividades Turísticas y Hoteleras, dirigida a los alumnos de primer año; y participaron del taller de creación de la H 15 alumnos. Este estudio se caracteriza como una investigación científica de abordaje cualitativo. La investigación se dividió en dos momentos: 1) se utilizaron los presupuestos de la investigación-acción, a partir de las siguientes etapas: reconocimiento, planificación, acción, observación y reflexión; 2) se realizó el análisis de la grabación del taller de producción de Hs y de un grupo foco online con alumnos de esa materia que quisieron participar. Los resultados indican que las Hs utilizadas como estrategia de enseñanza pueden reducir el bache entre teoría y práctica, además de incentivar el intercambio de conocimientos, el trabajo en equipo y el desarrollo de la creatividad y la reflexión de los alumnos de hotelería.

PALABRAS CLAVE: Aprendizaje, estrategias de enseñanza, historietas, educación en hotelería.

Abstract: Giving Wings to the Imagination: The Use of Comics as a Teaching Strategy in a Hospitality Undergraduate Program. This article aimed to analyze the perception of students in a Hospitality Undergraduate Program at the Federal University of Paraíba on the use of comics (HQ) as a teaching strategy. The HQ was used to reproduce specific concepts addressed in an elective course: Introduction to Tourism and Hotel Activities, offered to the students of the first period. 15 students took part in the class related to the elaboration of the HQ. This study is characterized as a scientific research with a qualitative approach. The research method consisted of two moments: 1) the adoption of the research-action assumptions, based on the follow steps: recognition, planning, action, observation and reflection; 2) the analysis of the recording of the class in which the comics produced by students were presented and an online focus group with students who were willing to participate in the research. The results indicate that the HQ used as teaching strategy can reduce the gap between theory and practice, as well as encourage the exchange of knowledge and teamwork and help in the

* Doctoranda en Administración por la Universidad Federal de Paraíba (UFPB), João Pessoa, Brasil. Maestra en Administración por la UFPB. Especialista en Turismo y Desarrollo Local por la UFPB. Bachiller en Administración y en Hotelería por la misma institución. Rua Praia de Boa Viagem, 292. Água Fria – João Pessoa-PB. CEP: 58073-590, Brasil. E-mail: jammillybrandao@gmail.com

** Doctor en Ingeniería de Producción por la Universidad Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Maestría en Administración por la Universidad Federal de Paraíba (UFPB), João Pessoa, Brasil. Graduado en Administración por la UFPB. Profesor Adjunto IV del Departamento de Administración de la UFPB. Coordinador del Núcleo de Estudios en Aprendizaje y Conocimiento (NAC), CNPq, João Pessoa, Brasil. Universidade Federal da Paraíba - Campus I – CCSA. Castelo Branco - 58051900 - João Pessoa, PB – Brasil, Brasil. E-mail: anielson@uol.com.br

development of criticality, reflexivity and, above all, the creativity of students in the undergraduate hospitality program.

KEY WORDS: *Learning, teaching strategies, comics, education in hospitality.*

INTRODUCCIÓN

Actualmente existen 144 cursos superiores en el área de hospitalidad, denominados “Hotelería y Turismo”, “Turismo y Hotelería”, “Gestión de Negocios en Turismo y Hotelería”, “Gestión Hotelera” u “Hotelería”. Son cursos de bachillerato o tecnológicos en modalidad presencial o a distancia, que se ofrecen en todo el territorio brasileño. En Paraíba existen tres instituciones de educación superior que los ofrecen: la Facultad de Tecnología de João Pessoa (FATEC), el Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Paraíba (IFPB) y la Universidad Federal de Paraíba (UFPB) (Sistema e-mec, 2015).

A pesar del gran número de cursos de graduación en Hotelería en todo el país y de su creciente expansión, hay varios desafíos que involucran la formación profesional, como la disminución del bache existente entre las reales demandas del mercado y la formación académica, pudiendo estar asociada a la necesidad de institucionalización de estrategias de educación innovadoras que sean capaces de fomentar la reflexividad de los alumnos y la capacidad de articulación entre la teoría y la práctica.

Uno de los desafíos de los cursos de Turismo y Hotelería está asociado al proceso de enseñanza, que demanda de los profesores calificación profesional y académica que promueva un proceso de aprendizaje más significativo. El uso de estrategias de educación favorece el desarrollo del auto direccionamiento en el alumno y el trabajo en equipo, estimula la práctica reflexiva y el intercambio de conocimientos y permite reflexiones sobre los problemas y procesos de toma de decisiones. Esto puede llevar a los alumnos a entender mejor los vínculos entre la teoría y la práctica y promover cambios en sus marcos de referencia y sus perspectivas de significado (Brandão & Temoteo, 2015; Lima, 2011).

El uso de estrategias innovadoras de educación, denominadas estrategias de enseñanza activas o en acción, se caracteriza por el *“movimiento de migración de ‘enseñar’ a ‘aprender’, el desvío del foco del docente al alumno, que asume la co-responsabilidad por su aprendizaje; la valoración de aprender a aprender y el desarrollo de la autonomía individual y de las habilidades de comunicación”* (Souza, Iglesias & Pazin-Filho, 2014: 285).

Algunas estrategias de enseñanza en acción como los casos para enseñar, las simulaciones y juegos empresariales, el análisis fílmico, el aprendizaje basado en problemas, la creación de mapas conceptuales y las historietas (Silva, 2016; Brandão & Temoteo, 2015; Silva, Santos & Bispo, 2017)

pueden contribuir con innovaciones a la formación de los profesionales en el área de Turismo y Hotelería.

En este estudio se pretende analizar la percepción de los alumnos sobre el uso de la historieta (H) como una estrategia de enseñanza innovadora en el Bachillerato en Hotelería de la Universidad Federal de Paraíba. Silva, Santos & Bispo (2017) desarrollaron una propuesta para poner en práctica la H en la enseñanza de Administración y pueden ser considerados pioneros en el uso de la estrategia en los cursos de graduación en Brasil. El uso de estrategias de enseñanza activas forma parte de un sistema de aprendizaje en acción que se está implementando desde 2011 con el apoyo financiero del CNPq.

En términos de contribución científica es notorio el carácter innovador de este estudio, teniendo en cuenta la escasez de investigaciones que abordan estrategias de enseñanza en el contexto de la educación superior en Hotelería, atendiendo los objetivos y propósitos para el aprendizaje (Brandão, Cavalcante & Temoteo, 2014). Además de la contribución teórica, este estudio se muestra relevante por su potencial contribución práctica y social. Las reflexiones sobre el proceso de aprendizaje del alumno de Hotelería podrán contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de las prácticas de educación difundidas en los cursos del área y posibilitar impactos significativos en el proceso de aprendizaje y en la formación de los profesionales de Hotelería, permitiéndoles una mejor comprensión de la dinámica del mundo del trabajo en general y en su actuación profesional en particular, resultando en una mejor prestación de servicios a la sociedad.

MARCO TEÓRICO

Estrategias de educación activas

Un proceso de formación superior debe permitir que quien aprende sea un agente activo en el proceso de aprendizaje en base a sus necesidades, permitiéndoles la libertad de reflexionar y criticar (Freire, 2003). Souza, Iglesias & Pazin-Filho (2014) destacan la necesidad de métodos innovadores que traspasen los límites de una formación puramente técnica, convirtiéndose en una práctica pedagógica ética, crítica, reflexiva y transformadora.

El desarrollo de métodos y estrategias de educación adecuados al perfil y al estilo de aprendizaje del alumno es esencial para la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje (Brandão & Temoteo, 2015; Felder & Silverman, 1996; Kolb, 1984). En el contexto de la educación superior el uso de diferentes estrategias de enseñanza ayuda a consolidar las prácticas significativas de aprendizaje y la optimización de la formación profesional.

Silva, Lima, Sonaglio & Godoi (2012) resaltan que articular el contenido programático y las necesidades de los estudiantes es determinante para que el proceso de aprendizaje sea significativo

para los estudiantes. Así, el docente deberá ser creativo y preocuparse no sólo por "qué" precisa aprender el alumno, sino "por qué" y "cómo" aprende (Brandão, Cavalcante & Temoteo, 2014; Lima & Silva, 2014; Cyrino & Toralles-Pereira, 2004).

Según Freire (2003) conocer el perfil del alumno y cómo aprende es el primer paso para que la educación superior sea más eficaz en su propósito. El siguiente paso es identificar los estilos de aprendizaje de los alumnos y planear estrategias de enseñanza capaces de potenciar el desarrollo de esos estilos y sus habilidades, considerando que los resultados del aprendizaje pueden ser más eficaces si profesores y alumnos conocen mejor sus modos de aprender.

Silva (2016) propone un sistema de aprendizaje en acción con cinco dimensiones relevantes: estilos de aprendizaje, experiencia, práctica reflexiva, ambiente de aprendizaje y difusión de estrategias activas de enseñanza, las cuales revelan la complejidad de la formación en la educación superior. Brandão & Temoteo (2015) explican que el uso de estrategias de enseñanza más activas puede incorporar al proceso de formación del profesional de Hotelería una relación más fuerte entre la teoría y la práctica, la reflexión y la acción, posibilitando un aprendizaje transformador para los estudiantes, que los capacite para resolver mejor los futuros problemas a los que se enfrentarán como gestores hoteleros.

De acuerdo con Silva, Santos & Bispo (2017) una estrategia de enseñanza activa y centrada en el estudiante, que puede potenciar la creatividad y la innovación en los procesos de enseñanza, aún poco difundida en la enseñanza superior de Administración y Hotelería en Brasil, es la historieta (H), temática abordada en la próxima sección.

La historieta (H) como estrategia de enseñanza

Las Hs estimulan la creatividad y la innovación de los alumnos en el proceso de aprendizaje, ya que retratan de forma simple, lúdica y objetiva un escenario que representa una realidad en movimiento con imágenes estáticas, personajes y burbujas que ilustran los discursos de los personajes de la historia. Una forma de representación de historietas es la pintura rupestre, encontrada en varias regiones del mundo, indicando que el uso de escenas como forma de ilustrar una realidad no es reciente.

Esta estrategia puede encontrarse en la educación primaria (fundamental) y secundaria (media), en ciencias naturales y lengua (Kamel & La Roche, 2006), física (Caruso & Freitas, 2009), historia medieval (Langer, 2009), pero en educación superior aún no está tan difundida, incluso algunos docentes desconocen su uso como estrategia de enseñanza y tampoco reconocen su relevancia para el aprendizaje.

Al abordar el uso de la H como estrategia de enseñanza en la educación superior se debe considerar la necesidad de articular la teoría con la realidad. Una historieta debe “*incorporar todas las características del comportamiento científico como la objetividad, la fidelidad a los hechos, la imparcialidad, etc.*” (Guimarães, 2001: 9).

En el contexto de la enseñanza de Hotelería, la historieta puede ser utilizada como una estrategia de enseñanza activa orientada a la producción y difusión de conocimientos involucrando varias materias. Se considera que las tiras de Hs en la formación de profesionales de Hotelería, pueden ser una forma de expresar la realidad de la actuación del profesional a partir de una teoría de base que fundamente la secuencia de imágenes y narrativas de los personajes.

Así, se puede percibir que el uso de la H en la educación superior puede contribuir a difundir el conocimiento de una determinada área de modo que el alumno represente en una secuencia de escenas lo que aprendió. En la Hotelería, por ejemplo, se puede utilizar la H para representar situaciones relacionadas con la gestión hotelera en áreas como hospedaje, marketing, gestión de la calidad, gestión de personas, entre otras.

Cuadro 1: Etapas para la difusión de la H como estrategia de educación

ETAPA	ACCIONES EDUCATIVAS
Reconocimiento	<p>Presentación de la estrategia de la historieta a los alumnos en las clases por parte del profesor;</p> <p>Definición de los objetivos de la actividad:</p> <p>a) establecer conexiones entre situaciones plausibles involucrando algún tema vinculado a la teoría abordada en la materia;</p> <p>b) estimular a que los alumnos reflexionen acerca de que la teoría no está desconectada de la realidad y que la historieta podría ayudar a crear una representación de esa realidad.</p>
Planificación	<p>Orientación del profesor sobre el proceso de creación de la historieta, marcado por un proceso de reflexión individual, a partir de la representación de un tema abordado en la materia, y establecer una secuencia de acciones simples para la escena.</p> <p>Luego de la reflexión individual, que puede durar 30 minutos, el profesor forma grupos aleatorios de 4 ó 5 alumnos, para dar inicio a la reflexión colectiva del pequeño grupo y que los alumnos discutan sus propuestas y delimiten la escena elegida para la representación de la H.</p> <p>En la reflexión de los pequeños grupos, el profesor presenta las siguientes orientaciones para crear la escena de la H:</p> <p>a) en una H el tiempo se descompone en secuencias (inicio, medio y fin). Así, se pueden incluir cuadros o viñetas de diferentes formas y tamaños;</p> <p>b) la lectura de los cuadros juntos permite conocer la acción realizada por los personajes; y</p> <p>c) las burbujas (espacio donde generalmente se coloca un diálogo de la escena) pueden ser diferentes de acuerdo con el objetivo, como representar un pensamiento o diálogos.</p>
Acción	<p>La elaboración de la historieta utilizando el <i>software on-line</i> Toondoo (www.toondoo.com).</p> <p>Además de la tira de la H, cada grupo debe elaborar una descripción de la escena y una reflexión sobre todos los momentos vividos durante la creación de la H.</p>
Observación y Reflexión	<p>Estas etapas involucran la presentación de las Hs por los grupos en la clase. Durante la presentación cada grupo indica en qué aspectos ligados a la teoría de base de la materia fundamentaron la creación de la tira y están presentes en las escenas. Esta etapa sucede en dos clases de 50 minutos y es intermediada por el profesor.</p>

Fuente: Elaborado a partir de Silva, Santos & Bispo (2017)

Silva, Santos & Bispo (2017) desarrollaron una estructura de referencia para la difusión de las Hs en la enseñanza de Administración. Utilizando la estrategia de investigación-acción propuesta por Cousin (2009), los autores definieron las etapas y acciones educativas indicadas en el Cuadro 1.

Se destaca que la estructura propuesta en el Cuadro 1 puede servir de referencia para los docentes que deseen utilizar la estrategia en la enseñanza de Hotelería, pero a partir del uso se pueden hacer ajustes de acuerdo con las especificidades de la materia. Las cinco etapas deben ser puestas en práctica en cuatro horas aula.

En este estudio los alumnos del primer semestre del curso de Hotelería vivieron dos momentos de la estrategia de la H. Primero fueron estimulados a crear una tira con papel y pluma, utilizando sus habilidades creativas. Luego crearon la H a partir de una plataforma online. En base a la experiencia de los autores de este artículo, el uso de la plataforma motiva a los alumnos y para facilitararlo se elaboró un tutorial en el formato de slides de *Powerpoint*.

Los resultados de la puesta en práctica de la H como una estrategia activa de aprendizaje en el estudio de Silva, Santos & Bispo (2017: 59) revelan que la H *potencia el desarrollo de competencias, ayuda al desarrollo de la innovación y la flexibilidad y contribuye a reducir el bache entre teoría y práctica. Además, desarrolla el sentido crítico, ayuda a establecer relaciones entre eventos y situaciones gerenciales e incentiva el intercambio de experiencias, ayudando en la toma de decisiones y permitiendo que los alumnos representen una situación profesional fundamentada en preceptos teóricos. Finalmente, contribuye al desarrollo de la práctica reflexiva en el ámbito del aprendizaje y promueve el desarrollo de la creatividad.*

Como las áreas de Administración y Hotelería son afines se puede asegurar que el uso de la H en la enseñanza de Hotelería posee un elevado potencial de aprendizaje para los alumnos, sobre todo por la capacidad de articular la teoría y la práctica en la acción profesional. Algunos alumnos pueden no sentirse motivados con esta estrategia porque tienen dificultades para crear dibujos y textos que describan una escena, pero con el avance de la tecnología las historietas cobraron dinamismo y resultan más atractivas, ya que existen plataformas online para crearlas que permiten definir escenas, personajes y representaciones sociales.

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Este estudio se fundamenta en los presupuestos de la investigación científica de abordaje cualitativo. La investigación se aplicó en dos etapas a una materia del curso de graduación en Hotelería de la Universidad Federal de Paraíba en el primer semestre de 2016. Primero los alumnos fueron orientados sobre el proceso de creación de una historieta y se desarrolló una investigación acción, luego se realizó un *focus group*.

Para Silva, Santos & Bispo (2017: 49) la investigación acción “*es adecuada para analizar los cambios en el contexto diario, en los contextos naturales, así como en los ambientes controlados*”, adecuándose a la realidad de la clase. Así, se puede concluir que el estudio promueve acciones de ‘enseñanza con investigación’ como ‘investigación con enseñanza’. En principio se realizaron las etapas presentadas en el Cuadro 1. Cabe resaltar que en la etapa 4 se realizaron no sólo reflexiones sobre el contenido estudiado en clase (demanda turística), sino también sobre la estrategia de enseñanza utilizada para el aprendizaje (historietas).

Silva, Santos & Bispo (2017) adaptaron la estrategia de investigación acción propuesta por Cousin (2009) para la enseñanza, lo que permitió la caracterización de las historietas como estrategia de enseñanza activa para el aprendizaje, como se presentará en los resultados.

Además de las reflexiones y observaciones de la clase donde se aplicó la estrategia de la H, se grabó un audio sobre la presentación de los resultados y el relato de la experiencia de los 15 alumnos involucrados en la actividad. El audio fue autorizado por ellos, transcrito y utilizado para caracterizar la temática central de las Hs. Asimismo se realizó una investigación con 7 alumnos por medio de un *focus group online* en junio de 2016 en la red social *Facebook*, cuyo cuestionario contenía 10 preguntas (Cuadro 2).

Cuadro 2: Cuestionario utilizado en el grupo foco

1. ¿Qué aprendió con la estrategia de la historieta?
2. ¿Cómo facilitó el aprendizaje el uso de la historieta?
3. ¿En algún momento (durante la planificación y elaboración) la historieta dificultó el proceso de aprendizaje?
4. ¿Se produjo algún conflicto en el grupo durante la planificación de la historieta? En caso afirmativo ¿qué lo generó?
5. ¿Cómo fue el proceso de creación de la historieta?
6. ¿Cómo fue el aprendizaje colectivo en el pequeño grupo?
7. ¿Cómo contribuyó a articular la teoría con la práctica la estrategia de la historieta?
8. ¿Cómo ayudó a desarrollar el pensamiento creativo la estrategia de la historieta?
9. ¿Cómo ayudó a reflexionar la estrategia de la historieta?
10. Describa la contribución de la estrategia de la historieta en su formación académica en el curso de Hotelería.

Fuente: Elaboración propia

El grupo foco (*focus group*) es una estrategia de recolección de datos por medio de debates en grupo dirigidos acerca de un tópico específico (Duarte, 2007). Conforme destaca Morgan (1997), no se trata sólo de una secuencia de preguntas y respuestas, pues prevé la interacción entre los participantes que pueden rever sus opiniones y reformular sus puntos de vista.

En este estudio se optó por realizar el grupo foco en el ámbito virtual debido a la dificultad de hacerlo en forma presencial, considerando la incompatibilidad de horarios entre los alumnos, ya que la puesta en práctica de la estrategia de la H fue a fines del semestre lectivo y no había disponibilidad

de tiempo para realizar el *focus group* en el formato tradicional (presencial). El uso de la técnica de los grupos foco online aparece cada vez más en la literatura científica (Fox, Morris & Rumsey, 2007). En los mismos los participantes interactúan en tiempo real, o sea simultáneamente (Walston & Lissitz, 2000), reunidos en un ámbito virtual (Duarte, 2007).

Los 15 alumnos que participaron de la actividad en la clase fueron invitados a participar del grupo foco virtual. No obstante, sólo 7 participaron del debate online que duró cerca de 4 horas. A pesar de que el encuentro virtual fue pactado con anticipación, que se envió un recordatorio del evento un día antes (Figura 1) y que se eligió el horario de acuerdo a la disponibilidad y conveniencia de los alumnos (a las 16 hs), algunos no asistieron. Posteriormente, 2 alumnos dijeron que se habían olvidado y 1 dijo que tuvo un compromiso de última hora y estaba sin internet. Los demás no justificaron su ausencia.



Fuente: Elaboración propia

Se considera que tanto la transcripción de la clase como las respuestas a las preguntas del grupo foco ayudaron a los investigadores a comprender cómo la estrategia de enseñanza contribuyó al aprendizaje de los alumnos. El método o abordaje utilizado para el análisis de los datos fue el análisis de contenido (Flick, 2009; Duarte, 2007). Debido a que el *focus group* fue realizado en el ámbito virtual y considerando que los participantes presentaron respuestas escritas y no orales, no fue necesario grabar ni transcribir los relatos. En tanto que la clase sí fue grabada y transcrita.

El análisis de los datos se realizó en tres etapas: a) pre-análisis, la fase de organización cuyo objetivo es poner en práctica y sistematizar las ideas iniciales; b) exploración del material, que comprende el análisis sistemático del texto en función de las categorías formadas anteriormente; y c) interpretación de los resultados, etapa en la que se realizan las interpretaciones en base al marco teórico presentado en el estudio (Bardin, 2009). Para mantener el anonimato de los alumnos participantes se utilizó la leyenda A1, A2, etc., representando al alumno 1, 2, etc. Al transcribir la

clase para presentar las Hs creadas por los alumnos se utilizó la leyenda AG1, AG2, etc. para representar a los alumnos vinculados a un determinado grupo y P para representar a la profesora responsable de conducir la actividad.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Presentación de la estrategia de educación de las historietas

Este artículo fue desarrollado en base a Silva, Santos & Bispo (2017), quienes crearon una estructura de referencia para el uso de la historieta como estrategia de enseñanza activa (Cuadro 1). La actividad fue iniciada con la presentación de la estrategia de la historieta. La profesora de la materia leyó fragmentos del artículo de dichos autores y presentó los objetivos de la clase: comprender el concepto de demanda turística, la interferencia de factores determinantes en la oscilación de la demanda y la finalidad de la estrategia de enseñanza utilizada. Se destaca que la estrategia de enseñanza se utilizó después del debate sobre demanda turística a partir de Lohmann & Panosso Neto (2008) y Cooper, Fletcher, Fyall, Gilberto & Wanhill (2007).

Siguiendo a Silva, Santos & Bispo (2017) los grupos recibieron orientaciones para proceder a crear la historieta. En clase hicieron un esbozo de la H a partir de sus reflexiones individuales y del debate en pequeños grupos (hasta 4 participantes) sobre una escena que representara la influencia de factores externos y personales (o individuales) en la demanda turística y los conceptos abordados por Lohmann & Panosso Neto (2008), entre otros autores discutidos en la clase. En esta primera parte de la actividad, que duró 60 minutos, los alumnos fueron estimulados a crear una tira en forma manual apelando a su creatividad. Es importante resaltar que los alumnos no recibieron ninguna estructura para desarrollar la secuencia de la historieta. Encararon el trabajo con libertad respetando las especificidades de una H: establecer una secuencia (inicio, medio y fin); utilizar recuadros de diferentes formas y tamaños; y emplear burbujas de diálogo (espacio donde aparecen los diálogos de la escena).

Luego de esbozar la historieta utilizaron la plataforma online (www.toondoo.com) para estructurarla. Esto se realizó fuera de la clase porque era necesario acceder a internet para usar la herramienta. Durante la creación de la H, los alumnos pudieron elegir escenarios, personajes y burbujas de diálogo, usando toda su imaginación y creatividad. Las Hs fueron presentadas y debatidas en clase en base a las reflexiones teóricas. Esta última etapa duró otros 60 minutos.

Descripción de las historietas creadas por los alumnos de Hotelería

La actividad de creación de historietas fue realizada por cuatro grupos (un equipo de tres participantes y tres equipos de cuatro participantes). En este artículo se presentan las Hs elaboradas

por dos grupos de alumnos del curso de Hotelería y un breve análisis descriptivo e interpretativo de su representación a partir de los conceptos teóricos abordados en la materia.

Los estudios referentes al mercado turístico buscan comprender la relación entre oferta y demanda turística, elementos esenciales para entender el fenómeno. De Lima Andrade (2004), al analizar los modelos teóricos aplicados al turismo, propuestos por Hall (2001) y Beni (1998), muestra las relaciones entre esos elementos en la dinámica y organización estructural del turismo, concluyendo que la experiencia turística es el resultado de la interacción entre oferta y demanda.

Gurría (2007) destaca que el turismo es regulado por el equilibrio de esos dos elementos, de modo que si ya existe una demanda (o deseo de moverse a un sitio particular), es posible crear una oferta, a través de la producción de servicios. Así como si existe una variedad de servicios a ser ofrecidos como hoteles, restaurantes o eventos, es posible crear una demanda, promoviendo y vendiendo esos servicios.

La temática central de la clase en la que fue utilizada la estrategia de las Hs fue la demanda turística. Se entiende por demanda turística el conjunto de personas que viajan o tienen interés en viajar para vivir experiencias turísticas. Según Lohmann & Panosso Neto (2008) la demanda turística comprende a los individuos cuyas necesidades incluyen el consumo y la experiencia de lugares, y puede clasificarse como demanda real (la que efectivamente está viajando) o reprimida (la que quiere viajar pero no puede por diversas razones).

Según Cooper *et al.* (2007: 66) la demanda real o efectiva “*corresponde al número real de personas que practican turismo*”. La demanda reprimida o suprimida está compuesta por la población que no viaja por diferentes razones y puede subdividirse en: potencial, diferida o no demanda.

La demanda reprimida potencial se refiere a quienes van a viajar en el futuro gracias a algún cambio en las condiciones que impiden el viaje en el presente (vacaciones, aumento del salario, etc.). La demanda reprimida diferida es la que retrasa el viaje debido a algún problema en el ámbito de la oferta (falta de capacidad de la hotelería o el transporte, condiciones climáticas). La no demanda está constituida por individuos que no tienen interés en viajar o lo desean pero no tienen ninguna posibilidad de concretarlo debido a falta de tiempo, dinero, salud, entre otras (Cooper *et al.*, 2007; Lohmann & Panosso Neto, 2008).

En el actual contexto, caracterizado por el avance de la tecnología que resulta el mayor y más fácil acceso a la información, la demanda se torna cada vez más exigente en relación a la oferta. La cantidad y variedad de promociones de productos y destinos turísticos, así como las facilidades de acceder a esa información, permiten que el mismo turista organice todos los detalles del viaje.

presentación el grupo reveló cómo un ejemplo utilizado por el profesor durante una exposición teórica sobre el tema influyó en la creación de la H. Se basaron básicamente en una catástrofe natural, incluso tomaron un ejemplo que la profesora había dado la clase anterior, que muchas personas cuando viajaban a determinado lugar desistían a última hora porque sucedía un hecho determinado en el lugar. Pensaron en una pareja que iba a viajar a Hawái pero al ver en televisión que había ocurrido una catástrofe natural (tsunami), posponen el viaje soñado. Luego de la presentación de la H, la profesora realizó la siguiente reflexión sobre la historia narrada por el grupo:

Las chicas pusieron en evidencia la influencia de una catástrofe natural en la demanda turística. Observen la relación entre la expectativa y la experiencia. La pareja, principalmente la mujer, estaba bastante animada, entusiasmada y ansiosa por realizar el viaje... sólo que ocurrió un hecho que ejerce una fuerte influencia negativa: ellos desisten temporariamente y quién sabe cuándo realizarán el viaje a ese destino. Desgraciadamente, tanto éste como el factor presentado en la H anterior escapan al control del trade turístico. Los gestores de las organizaciones hoteleras, las empresas de transporte, los restaurantes y hasta los organismos públicos no pueden hacer nada para impedir este tipo de hechos que impactan negativamente en la actividad turística.

La reflexión promueve una articulación con aspectos teóricos ya abordados, sobre todo los destacados por Lohmann & Panosso Neto (2008) sobre la existencia de diversos factores que influyen sobre la demanda turística, clasificados como: i) factores de carácter externo: opiniones de amigos, marketing turístico, factores políticos, económicos, ambientales (variaciones climáticas y catástrofes), entre otros; ii) factores del ámbito personal: ingreso económico, salud, disponibilidad de tiempo libre, preferencias, experiencias pasadas, entre otros. Para un alumno del grupo *“Es posible bajar los precios del hospedaje o los pasajes aéreos para que los turistas viajen a un destino, pero es imposible evitar un tsunami”* (AG2).

En la situación relatada en la H y en la reflexión de la profesora es evidente cómo un factor determinado puede impactar negativamente en la actividad turística, comprometiendo no sólo al trade sino a la misma sociedad, ya que la reducción de la demanda puede crear problemas económicos, sociales y demográficos para la región donde ha ocurrido el evento. Una catástrofe natural compromete toda la estructura física y logística fundamental para la realización de la actividad turística y puede demorar años en recuperarse.

Pieri (2014) destaca que Japón tuvo una reducción del 27,7% en el número de visitas de turistas extranjeros, lo que representa una disminución de 2.392 millones de turistas por año de 2010 a 2011, después del tsunami que produjo el accidente nuclear en Fukushima, localizada en el nordeste de la isla de Honshu. Esto demuestra los impactos generados por las inestabilidades físico-naturales en el turismo del país.

Figura 3: Historieta creada por los alumnos del grupo 2



Fuente: Datos de la investigación

En la historieta del grupo 2 (Figura 3) se retrata el deseo de dos jóvenes (Alex y su amigo) de viajar a los Juegos Olímpicos en Brasil, pero por la influencia de una amiga que los advierte sobre un posible atentado terrorista (catástrofe artificial) en el país, desisten del viaje (demanda reprimida diferida). Un alumno del grupo destaca:

Se eligió un factor que puede influir negativamente la demanda turística, una catástrofe artificial, provocada por la acción del hombre, que lleva a que las personas no realicen el viaje. (...) Se quiso mostrar que aún con un buen precio, las personas pueden desistir de hacer un viaje para no poner en riesgo su vida. Y eso realmente sucede. Los medios también influyen mucho (AG1).

En los relatos de los alumnos del grupo se observa la influencia negativa de la acción del hombre en la demanda turística y que cuando las personas sienten que su vida está en riesgo al recibir información que puede afectar su decisión en relación a los destinos, todo el trade turístico puede sufrir consecuencias, ya que la demanda puede disminuir.

Según una nota de Exame (2016) los ataques a turistas, transformados en blanco de muchos de los últimos ataques terroristas en Túnez, Egipto y Estambul, así como los asesinatos en París, han

llevado a la gente a no hacer reservas en esos destinos. Quienes necesitan o quieren viajar eligen paquetes que incluyen aéreos, transporte desde y hacia al aeropuerto y hospedaje (viajes organizados).

Sonmez (1998) destaca que los turistas evalúan varios factores en su proceso de decisión y destaca el nivel de riesgo o de seguridad en los destinos. Gu & Martin (1992) y Mansfeld (1996) describen que los turistas adoptan una actitud protectora, substituyendo los destinos que consideran inseguros por otros asociados a una mayor seguridad.

Después de la presentación de la H creada por el grupo, la profesora responsable de la actividad destacó algunos puntos determinantes para la demanda turística presentes en la H. El primero de ellos involucra el propio evento: los Juegos Olímpicos. Ella destacó que *“estudiamos inclusive que los eventos son utilizados como una estrategia para minimizar los efectos negativos de los períodos de temporada baja, consecuencia de la estacionalidad que afecta intensamente a la demanda turística.”* Otro aspecto destacado y determinante en la demanda turística fue el factor precio, ya que en la historia Alex utilizó la variable precio para intentar convencer a su amiga de ir con ellos. *“El bajo costo del desplazamiento y el hospedaje puede ser determinante para que la actividad turística tenga lugar. No obstante, una variable parece ser preponderante para que este grupo de potenciales turistas desistiera del viaje ¿cuál fue?”* La variable determinante fue la amenaza de atentado, una catástrofe artificial que finalmente no ocurrió. La decisión de no realizar el viaje también fue influida por los medios.

Taylor (2006) destaca que el terrorismo exacerbado por los medios de comunicación tiene efectos graves en los ingresos económicos de los destinos turísticos. Sonmez (1998) agrega que por medio de una difusión negativa, un destino turístico que vive un incidente terrorista puede sufrir daños en su reputación y comprometer su actividad turística.

Las reflexiones emprendidas a partir de la actividad realizada por los alumnos ratifican el posicionamiento de Petrocchi (2002: 87) sobre la relevancia de satisfacer las necesidades de la demanda turística para la supervivencia del destino. Luego, es fundamental estudiarla, conocerla y comprender sus “deseos y movimientos”. Ante la competitividad del mercado turístico, la planificación turística y el estudio de la demanda son imprescindibles en los cursos de Turismo y Hotelería, y una de las formas de representar la realidad del trade turístico en la enseñanza es la historieta. En la próxima sección se presentan las percepciones de los alumnos sobre el uso de esta estrategia en su aprendizaje.

La percepción de los alumnos de Hotelería sobre el uso de la historieta como estrategia de enseñanza

A fin de analizar la percepción de los alumnos sobre el uso de la historieta (H) como una estrategia de enseñanza innovadora en el Bachillerato en Hotelería de la Universidad Federal de Paraíba, serán presentados los análisis de los relatos de los participantes del grupo foco. Los resultados serán expuestos en tres categorías de análisis establecidas después de la organización y exploración de los datos (Bardin, 2009): 1) Aprendizaje adquirido por medio de la estrategia de la H; 2) Aspectos facilitadores y limitantes de la estrategia de la H; y 3) Contribución de la Estrategia de la H al proceso de aprendizaje y a la formación académica en el curso de Hotelería.

Aprendizaje adquirido por medio de la estrategia de la H

Al preguntarles sobre el proceso de creación de la historieta, los alumnos destacaron la importancia de la planificación de la estrategia, conforme Silva, Santos & Bispo (2017). A2 afirmó que:

Hubo una discusión entre los integrantes sobre el tema a ser abordado y el nombre de los personajes. Luego el tema fue debatido, profundizado y desarrollado por todos los integrantes. Una vez establecido el guión se organizaron los cuadros y se presentó en la clase.

El análisis de los relatos de los alumnos revela que por medio de una secuencia de escenas el alumno puede ilustrar lo que aprendió sobre una teoría, mostrando que el uso de la H en el curso de Hotelería puede contribuir a difundir el conocimiento de una determinada área (Guimarães, 2001).

Al reflexionar sobre lo que aprendieron con la estrategia de la historieta, los alumnos expusieron diversas ideas que remiten esencialmente a cuatro aspectos. El primero abarca los “conceptos referentes a la demanda turística”, temática trabajada en la clase en la que se aplicó la estrategia de la H. Los otros aprendizajes mencionados están relacionados con el desarrollo de la “creatividad” (A1, A3, A6, A7), la competencia para “trabajar en equipo” (A2), y el conocimiento de un “nuevo método de enseñanza” (A5). De acuerdo con A4 *“esta estrategia de enseñanza da la oportunidad de madurar la capacidad de trabajar en grupo, escuchar las opiniones de los compañeros y llegar a un resultado conjunto. Así como ayuda a aprender y fijar el tema de forma dinámica y desestructurada”*. A7 también ratifica la posición de A4 al destacar que *“estas actividades nos ayudan a mostrar nuestra creatividad, nuestro aprendizaje y absorber mejor el tema tratado en clase”*.

Al analizar los relatos de los participantes se observó que la estrategia de las historietas va más allá de la formación técnica (Souza, Iglesias & Pazin-Filho, 2014), pues promueve la práctica reflexiva, el intercambio de conocimientos y puede lograr que los alumnos entiendan mejor los vínculos entre la teoría y la práctica, desarrollando su auto direccionamiento (Brandão, Cavalcante & Temoteo, 2015; Lima, 2011).

En lo que se refiere al proceso de aprendizaje colectivo en el pequeño grupo, todos los alumnos participantes enfatizaron la relevancia del intercambio de conocimientos entre los miembros del equipo para el aprendizaje del contenido de la clase, como puede observarse en el relato de A5: *“cada uno fue exponiendo sus ideas y complementando el conocimiento del otro”*. Para A4 *“se propusieron las ideas y fuimos juntándolas para formar la historieta en forma colectiva”*.

El diálogo, reflexión e interacción en grupo son elementos determinantes en el aprendizaje debido a que el alumno va más allá de “su visión individual”. Según Senge (1990: 268) por medio del diálogo *“el grupo explora cuestiones difíciles y complejas”*, resultando en una *“libre exploración que saca a la superficie la profundidad de la experiencia y del pensamiento de las personas”*.

El mismo autor destaca que el aprendizaje en equipo apoya el *“alineamiento y desarrollo de la capacidad del equipo para crear los resultados que sus miembros desean”* (Senge, 1990: 263). Se percibe que el contexto social está en el núcleo de esta perspectiva y el conocimiento adquirido depende de la socialización y legitimación de los demás integrantes (Silva, 2009), así como del conocimiento previo (Knowles, Holton & Swanson, 2011) asociado a la base teórica estudiada antes de la creación de la H, como destacó A7: *“Como ya habíamos estudiado la teoría antes de crear la H, fuimos intercambiando información y no tuvimos dificultades para entender el contenido”*. Otro alumno, A2, destaca que el contenido resultó más comprensible y sobre la demanda turística afirmó que la historieta *“ayudó a ver las causas que influyen en la demanda turística presentadas por los compañeros, permitiendo entender el factor determinante que eligió mi grupo y los elegidos por los demás”*. Estas reflexiones indican el potencial de la estrategia para posibilitar un aprendizaje más significativo para los alumnos.

Aspectos facilitadores y limitantes de la estrategia de la H

Al preguntarles sobre los aspectos facilitadores y limitantes de la estrategia de la H en el aprendizaje, los alumnos afirmaron que ésta presenta características positivas como la facilidad para fijar el contenido por medio de las tiras, tanto las creadas por su equipo como las de los compañeros, como se observa en los siguientes relatos: *“Las tiras ayudaron a fijar el contenido. Fue más fácil responder a la pregunta sobre demanda turística recordando la historieta”* (A1). *“Si tenemos el conocimiento teórico y práctico de determinado tema, absorbemos mejor, al menos en mi caso”* (A7).

Los relatos de los alumnos ratifican que el uso de estrategias de enseñanza innovadoras, como las historietas, puede ayudarlos a entender mejor la relación entre teoría y práctica. Un alumno dijo: *“me sentí muy a gusto con el tema de la demanda turística después de la historieta”* (A7).

El uso de una estrategia de enseñanza más activa desplaza el foco de la enseñanza del profesor al aprendizaje del alumno, reforzando la importancia de un movimiento de migración de ‘enseñar’ hacia ‘aprender’, donde el alumno asume la co-responsabilidad por su aprendizaje (Lima & Silva,

2017; Brandão & Temoteo, 2015; Brandão, Cavalcante & Temoteo, 2014; Souza, Iglesias & Pazin-Filho, 2014; Lima, 2011).

Por otro lado, todos los participantes coinciden en que existe un aspecto limitante de la estrategia de la H, referido a su abordaje restrictivo, considerando que al utilizar la estrategia se enfatizó sólo una parte del contenido teórico estudiado en clase:

No diría que fue una dificultad. (...) Sucedió que se enfocó sólo un tema para elaborar, entonces profundizamos en lo que elegimos. Sin embargo, nada que impidiera que aprendiéramos sobre los otros temas, ya que fueron abordados por los otros grupos (A4).

A1 utilizó la palabra “córner” para ilustrar que los temas no abordados en la H por los grupos fueron dejados de lado y A2 destacó que “los otros temas que no fueron debatidos fueron más difíciles de recordar”. Si bien algunos alumnos relataron que aprendieron más sobre la temática abordada por su equipo, reconocen que también aprendieron (aunque menos) sobre las temáticas abordadas por los otros equipos. Es importante resaltar que esa “posible fragilidad” no es exclusiva de la estrategia de la historieta. Los profesores precisan organizar y seleccionar los contenidos de las clases en ejes temáticos para desarrollar las competencias y habilidades específicas, y algunas temáticas reciben mayor énfasis que otras, lo que también tiene implicaciones en la elección de las estrategias de enseñanza utilizadas por el profesor.

Otro factor indicado por los alumnos se refiere a la limitación de los participantes con deficiencia visual para ejecutar la actividad. En la clase había un alumno con esta deficiencia que tuvo dificultades para crear la H. Para algunos alumnos la estrategia de la H no es totalmente inclusiva, o sea que no proporciona el mismo nivel de participación en el proceso de aprendizaje para todos los alumnos (Silva & Figueiredo, 2012).

Se comprobó en los relatos que el alumno con deficiencia visual participó de tres de las cuatro etapas de la creación de la historieta propuestas por Silva, Santos & Bispo (2017): reconocimiento, planificación y reflexión. Sin embargo, el alumno sintió dificultades en la etapa de la acción, es decir en la elaboración del esbozo de la historieta en clase y durante el uso de la plataforma online Toondoo (www.toondoo.com).

A1 indicó que “la ejecución no me pareció inclusiva, pues A6 no pudo participar activamente”, aunque reconoce que participó en las fases de planificación y presentación. El relato de A6 sobre la experiencia presentó aspectos positivos pues consideró la estrategia “muy interesante porque pude participar de todo el proceso de la H”.

Aunque la estrategia de la H haya presentado esta limitación para el alumno con deficiencia visual, se observa que el método atendió su objetivo de aprendizaje: comprender el contenido teórico

estimulando la capacidad de los alumnos para reflexionar sobre una situación práctica de forma creativa, incentivando el trabajo en equipo.

A los participantes también se les preguntó sobre la existencia de algún conflicto en el grupo durante la fase de planificación de la H. Algunos alumnos dijeron que hubo “*choque[s] de ideas*” (A4), pero que el conflicto se resolvió democráticamente por medio de la flexibilidad de los integrantes del equipo. A1 destacó que “*Hubo ‘choque’ de ideas, pero como el grupo era flexible prevaleció la opinión de la mayoría*”.

Los “choques de ideas” relatados por los alumnos expresan situaciones positivas para el proceso de aprendizaje individual y del equipo, pues revelan que el debate en grupo permite compartir percepciones. Expresiones como “*cada uno tenía una idea, a veces contradictorias*” (A4), “*escuchamos las opiniones de todos, las juntamos y funcionó*” (A3), “*todo el grupo estuvo de acuerdo*” revelan que las reflexiones grupales pueden ayudar a desarrollar la búsqueda de consenso, y la estrategia de la H puede promover una comprensión compartida a partir de la reflexión colectiva.

Contribución de la estrategia de la H al proceso de aprendizaje y formación académica

Al preguntarles sobre cómo contribuyó a articular teoría y práctica la historieta, todos los participantes relataron que la estrategia acercó los conceptos teóricos al contexto real y resultó “*una forma interactiva de aprender*” (A5). Uno de los alumnos (A3) ilustra cómo la H ayudó a “*entender realmente las motivaciones de los turistas y cómo algunos factores ejercen una gran influencia en la demanda turística en el contexto real*”.

Otro alumno destacó que el proceso de creación de la H ayudó a entender cómo “*determinadas situaciones pueden afectar a la demanda, que en teoría lo sabemos, pero crear la historia me hizo sentir dentro de la realidad*” (A4). Otro relato que ratifica cómo la estrategia de enseñanza contribuyó a aproximar la teoría a la práctica y a la formación profesional es el siguiente: “*Sabemos que realmente suceden estas situaciones, pero en teoría, el uso de la práctica sirvió para nuestro propio sentimiento de inserción dentro del tema abordado*” (A7).

En base a los relatos se ratifica que las estrategias innovadoras de enseñanza son capaces de fomentar la capacidad de articulación entre la teoría y la práctica (Silva & Lima, 2017; Brandão & Temoteo, 2015). Conforme Silva *et al.* (2012) al hacer uso de estas estrategias el profesor promueve una enseñanza centrada en el estudiante, proporcionando una mayor aproximación entre los conocimientos teóricos y el contexto real.

Sobre el desarrollo del pensamiento creativo a partir de las historietas, los alumnos afirmaron que la estrategia ayuda y fomenta la imaginación y la creatividad, además de ser “*una estrategia divertida*” (A1), conforme puede observarse en los siguientes relatos: “*Cuando comenzamos a pensar y crear*

los personajes y las características, comenzamos a ‘dejar volar la imaginación’ y la creatividad, incluso inconscientemente” (A3). “Esta actividad hizo renacer la llama que hacía que nuestros corazones saltaran de alegría en la época de la escuela primaria. Fue como volver en el tiempo. El uso de nuestra creatividad, tal vez olvidada, fue el principal requisito para que la historia saliera” (A4).

Un alumno afirmó que “la creatividad fue el caballito de batalla”, expresión que indica que el método de enseñanza fue capaz de fomentar la creatividad en los cursos del área de las ciencias sociales aplicadas como la Hotelería. El relato de A3 fue tan significativo para los autores que influyó en el título de este artículo: “cuando comenzamos a pensar y crear los personajes y las características, comenzamos a **dejar volar la imaginación** y la creatividad, incluso **inconscientemente**” (negrita de los autores).

Los relatos coinciden con Lima (2011) y Silva, Santos & Bispo (2017) al defender que por medio de la estrategia de enseñanza activa centrada en el alumno se puede potenciar la innovación en los procesos de enseñanza y desarrollar la creatividad de los alumnos, superando los límites de la formación puramente técnica (Souza, Iglesias & Pazin-Filho, 2014).

Al preguntarles sobre la ayuda de la estrategia de la historieta en el proceso de reflexión, los alumnos dieron respuestas como las siguientes: “el proceso de reflexión fue altamente necesario” (A1), “fue necesario un momento reflexivo para que surjan las ideas”, “la reflexión es esencial para la organización de las ideas” y “a partir de la reflexión estamos capacitados para llevar a cabo la actividad” (A7). La indicación de que la reflexión capacita ratifica que una experiencia sólo promueve el aprendizaje cuando la reflexión se torna mediadora de este proceso (Araújo, Silva, Lima & Bispo, 2013). Conforme Silva *et al.* (2012) y Souza, Iglesias & Pazin-Filho (2014), hacer uso de estrategias de enseñanza activas proporciona una mayor aproximación entre reflexión y acción.

Finalmente, se les pidió a los alumnos que describan la contribución de la estrategia de la historieta en su formación académica en el curso de Hotelería. Los relatos “es un método muy bueno de aprendizaje” (A5) y “podemos vivenciar, aún con historias, lo ‘real’ y las motivaciones que llevaron a las personas a desplazarse hacia determinados destinos” (A3), ilustran que en el proceso de formación académica, sobre todo en los cursos de naturaleza más aplicada como la Hotelería, se deben utilizar estrategias capaces de hacer reflexionar a los alumnos sobre la realidad. Otra contribución es la posibilidad de adquirir el conocimiento y el aprendizaje de forma más “práctica”, “dinámica”, “fácil” y “divertida”.

Con esta estrategia puedo ver que algunos profesores se preocupan por transmitir los contenidos a los alumnos de forma más práctica, dinámica (...) Por ser alumna del p1 [primer período], tuve mucha dificultad con ciertos temas de otras materias por la forma de enseñar (A7).

Se observó en los relatos de los alumnos que la estrategia tiene potencial para tornar más significativo el proceso de aprendizaje y puede ser utilizada por los profesores para que los alumnos perciban que la formación académica puede ser más creativa, innovadora y reflexiva si el estudiante es capaz de percibir la aplicabilidad de lo que está aprendiendo. En este sentido, así como Rossetto & Chiera-Macchia (2011) se refieren al uso de la historieta en la enseñanza de la lengua italiana, y Silva, Santos & Bispo (2017) evalúan el uso de la historieta en el curso de Administración, se puede concluir que la actividad ayudó al desarrollo cognitivo, al relacionamiento e interacción del grupo, y a la reflexión y creatividad de los alumnos de Hotelería que vivieron la experiencia de uso de la H como estrategia de enseñanza.

CONSIDERACIONES FINALES

Este artículo buscó analizar la percepción de los alumnos del Bachillerato en Hotelería de la Universidad Federal de Paraíba sobre el uso de la historieta (H) como estrategia de enseñanza, a partir de una experiencia realizada en la materia “Introducción a las Actividades Turísticas y Hoteleras” dictada en el primer semestre de 2016.

Los resultados obtenidos indican que las historietas utilizadas como estrategia de enseñanza, pueden reducir el bache entre teoría y práctica; incentivar el intercambio de conocimientos y el trabajo en equipo; potenciar el desarrollo de competencias no sólo cognitivas, sino también relacionales y sociales; ayudar en el desarrollo de la innovación, flexibilidad y creatividad; desarrollar el sentido crítico y el análisis; y contribuir al desarrollo de la práctica reflexiva en el ambiente de aprendizaje; aspectos observados no sólo durante la aplicación de la estrategia en la clase, sino también en las reflexiones de los alumnos sobre la experiencia.

A pesar de que casi el 50% de los estudiantes de la clase participaron del *focus group*, la grabación de la presentación indica que los otros alumnos también participaron del estudio, sea en el proceso de presentación de las Hs creadas por los grupos como también en las reflexiones realizadas por la profesora al terminar la clase. Entre los 15 alumnos presentes, sólo una alumna se mostró poco entusiasmada con la estrategia, afirmando que la H se adecua mejor a la educación primaria (fundamental) o secundaria (media) que a la superior.

Si bien el uso de estrategias activas en los cursos superiores ha aumentado en los últimos años, en los cursos de Turismo y Hotelería esta práctica aún es incipiente. Del mismo modo la estrategia específica adoptada en este trabajo también es poco utilizada (Silva, Santos & Bispo, 2017). Así, es preciso difundir la relevancia de esta estrategia en la enseñanza del Turismo y la Hotelería, ya que su uso aporta, a partir de los resultados de este estudio, elementos positivos para el aprendizaje de los alumnos. Se concluye que la actividad tiene potencial para el desarrollo de sus competencias cognitivas y sociales. Se espera que este artículo contribuya a la difusión de la estrategia en otros

cursos e instituciones y que estimule a los docentes a utilizar las historietas en los procesos de aprendizaje de sus alumnos.

Se destaca que al utilizar las Hs en las materias introductorias se puede lograr que los alumnos articulen mejor los conocimientos teóricos con la realidad de su profesión, lo que revela su potencial contribución para motivarlos a aprender. Para el profesor, el estudio revela que el uso de estrategias más activas de aprendizaje en los cursos de Hotelería puede ayudarlos a estimular la creatividad, la innovación y la reflexión de los alumnos sobre la realidad del profesional, ayudando a romper con una enseñanza más tradicional o en las palabras de Paulo Freire una “educación bancaria”, logrando una enseñanza más innovadora y capaz de transformar las perspectivas de significado de los alumnos.

Como sugerencia para futuros estudios se puede profundizar en el potencial de contribución del uso de la historieta en la creatividad y en la práctica reflexiva de los alumnos. Además, se puede evaluar el poder de contribución de las Hs en el aprendizaje autorregulado o auto dirigido de los estudiantes de Hotelería.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araújo, G. D.; Silva, A. B.; Lima, T. B. & Bispo, A. C. K. A.** (2013) “O desenvolvimento do pensamento reflexivo no curso de administração da Universidade Federal da Paraíba”. *Revista Reflexão e Ação* 21(n. esp.): 149-176
- Bardin, L.** (2009) “Análise de conteúdo”. Edições 70, Lisboa
- Beni, M. C.** (1998) “Análise estrutural do turismo”. Ed. SENAC, São Paulo
- Brandão, J. M. F.; Cavalcante, E. D. C. & Temoteo, J. A. G.** (2014) “O processo de aprendizagem de alunos de turismo e hotelaria sob a perspectiva andragógica”. *RBTUR - Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* 8(3): 531-551
- Brandão, J. M. F. & Temoteo, J. A. G.** (2015) “Como eu aprendo? Um estudo sobre os estilos de aprendizagem de discentes do curso de bacharelado em hotelaria da UFPB”. *AnaisXII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR*, São Paulo
- Caruso, F. & Freitas, N.** (2009) “Física moderna no ensino médio: o espaço tempo de Einstein em tirinhas”. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física* 26(2): 355-366
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D. & Wanhill, S.** (2007) “Turismo: princípios e práticas”. Bookman, Porto Alegre
- Cousin, G.** (2009) “Research learning in higher education: an introduction to contemporary methods and approaches”. Routledge, New York
- Cyrino, E. G. & Toralles-Pereira, M. L.** (2004) “Trabalhando com estratégias de ensino-aprendizado por descoberta na área da saúde: a problematização e a aprendizagem baseada em problemas”. *Cadernos de Saúde Pública* 20(3): 780-788
- De Lima Andrade, J. R.** (2004). “Análisis económico de la demanda del turismo doméstico en Brasil. Aspectos teóricos y comprobaciones”. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 13(1y2): 143-159

- Duarte, A. B. S.** (2007) "Grupo focal online e offline como técnica de coleta de dados". *Informação & Sociedade: Estudos* 17(1): 81-95
- Exame** (2016) "Temor por terrorismo reativa demanda por pacotes turísticos". Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/mundo/temor-por-terrorismo-reativa-demanda-por-pacotes-turisticos/>>. Acesso em: 5 Mai. 2017
- Felder, R. M. & Silverman, L. K.** (1996) "Learning and teaching styles in engineering education". *Journal of Engineering Education* 78(7): 674-681
- Flick, U.** (2009) "Introdução à pesquisa qualitativa". Bookman, Porto Alegre
- Fox, F. E.; Morris, M. & Rumsey, N.** (2007) "Doing synchronous online focus groups with young people: methodological reflections". *Qualitative Health Research* 17(4): 539-547
- Freire, P.** (2003) "Pedagogia da autonomia– saberes necessários à prática educativa". Paz e Terra, Rio de Janeiro
- Gu, Z. & Martin, T.** (1992) "Terrorism, seasonality, and international air touristar rivals in Central Florida: na empiricalan alysis". *Journal of Travel & Tourism Marketing* 1(1): 3-15
- Guimarães, E.** (2001) "História em quadrinhos como instrumento educacional". Anais XXIII Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande
- Gurría, M.** (2007) "Introducción al turismo". Editorial Trillas, México
- Hall, C. M.** (2001) "Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos". Contexto, São Paulo
- Ignarra, L. R.** (1999) "Fundamentos do turismo". Pioneira, São Paulo
- Kamel, C. & La Roche, L. D.** (2006) "As histórias em quadrinhos como linguagem fomentadora de reflexões – uma análise de coleções de livros didáticos de ciências naturais do ensino fundamental". *Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências* 6(3): 1-15
- Knowles, M. S.; Holton, E. F. & Swanson, R. A.** (2011) "The adult learner: the definitive classic in adult education and human resource development". Elsevier, London
- Kolb, D.** (1984) "Experiential learning: experience as the source of learning and development". Prentice Hall, New Jersey
- Langer, J.** (2009) "O ensino de história medieval pelos quadrinhos". *História, Imagem e Narrativas* (8): 1-24
- Lima, T. B.** (2011) "Estratégias de ensino balizadas pela aprendizagem em ação: um estudo de caso no curso de graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba". Dissertação (mestrado em Administração), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa
- Lima, T. B. & Silva, A. B.** (2017) "Análisis de la difusión de estrategias de enseñanza em la acción nun curso de administración en Brasil". *DESENVOLVE - Revista de Gestão da Unilasalle* 6(1): 9-30
- Lima, M. C. & Silva, C. C. S.** (2014) "Professores como designers educacionais". Anais XXXVIII Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro
- Lohmann, G.** (2004) "Globalização e os impactos dos ataques terroristas de 11 de setembro de 2001: implicações para o sistema de turismo". *Boletim de Estudos em Turismo e Hotelaria* 2(1): 11-20
- Lohmann, G. & Panosso Neto, A.** (2008) "Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas". Aleph, São Paulo

- Mansfeld, Y.** (1996) "Wars, tourism and the "Middle East" Factor". In: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (Eds.) *Tourism, crime and international security issues*. Wiley, New York, pp. 265-278
- Morgan, D. L.** (1997) "Focus groups as qualitative research". Sage, London
- Petrocchi, M.** (2002) "Turismo: planejamento e gestão". Futura, São Paulo
- Pieri, V. S. G.** (2014) "Fluxos turísticos internacionais: uma proposta metodológica de análise sobre os (novos) destinos". *Revista Turismo em Análise* 25(3): 503-526
- Rossetto, M. & Chiera-Macchia, A.** (2011) "Visual learning is the best learning--it lets you be creative while learning: exploring ways to begin guided writing in second language learning through the use of comics". *Babel* 45(2-3): 35-40
- Senge, P. M.** (1990) "A quinta disciplina: arte e prática da organização que aprende". Editora Best Seller, São Paulo
- Silva, A. B.** (2016) "Action learning: lecturers, learners, and managers at the center of management education". In: Lepeley, M. T.; Kimakovitz, E. V. & Bardy, R. (Eds.) *Human centered management in executive education: global imperatives, innovation and new directions*. Palgrave Macmillan, London, pp. 126-139
- Silva, A. B.** (2009) "Como os gerentes aprendem?" Saraiva, São Paulo
- Silva, C. B. & Figueiredo, R. V.** (2012) "Educação integral e educação inclusiva: ações estratégicas no ensino de respeito às diferenças". *Anais VI Colóquio Internacional Educação e Contemporaneidade*, São Cristóvão
- Silva, A. B.; Lima, T. B.; Sonaglio, A. L. B. & Godoi, C. K.** (2012) "Dimensões de um sistema de aprendizagem em ação para o ensino de administração". *Administração: Ensino e Pesquisa* 13(1): 9-41
- Silva, A. B.; Santos, G. T. & Bispo, A. C. K. A.** (2017) "Thecomics as teaching strategy in learning of students in an undergraduate management program". *Mackenzie Management Review* 18(1): 40-65
- Sistema E-MEC.** (2015) "Instituições de educação superior e cursos cadastrados". Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 20 Nov. 2015
- Sonmez, S.** (1998) "Tourism, terrorism and political instability". *Annals of Tourism Research* 25(2): 416-456
- Souza, C. S.; Iglesias, A. G. & Pazin-Filho, A.** (2014) "Estratégias inovadoras para métodos de ensino tradicionais – aspectos gerais". *Medicina (Ribeirão Preto. Online)* 47(3):284-92
- Taylor, P.** (2006) "Getting them to forgive and forget: cognitive based marketing responses to terrorist acts". *International Journal of Tourism Research* 8: 171-183
- Walston, J. T. & Lissitz, R. W.** (2000) "Computer-mediated focus groups". *Evaluation Review* 24(5): 457-483

Recibido el 30 de enero de 2017

Reenviado el 18 de mayo de 2017

Aceptado el 22 de mayo de 2017

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués