

## Educación, comunicación y turismo: un modelo interdisciplinario para la sostenibilidad territorial en Panamá

### Education, Communication and Tourism: An Interdisciplinary Model for Territorial Sustainability in Panama

Ricardo Ortiz<sup>1</sup>, Nilka Concepción<sup>2</sup>, Alexis Vidal<sup>3</sup>, Carlos Chen<sup>4</sup>, Expedito Ramos<sup>5</sup> y Alexis Chen<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universidad de Panamá, ricardoantonio.ortiz@up.ac.pa, <https://orcid.org/0000-0002-6828-544X>, Panamá

<sup>2</sup>Universidad de las Américas, nilka.concepcion@udelas.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0007-8598-3673>, Panamá

<sup>3</sup>Universidad de las Américas, alexis.vidal@udelas.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0001-1281-5018>, Panamá

<sup>4</sup>Universidad de Panamá, carlos.chen@up.ac.pa, <https://orcid.org/0000-0001-9288-6635>, Panamá

<sup>5</sup>Universidad de Panamá, expedito.ramos@up.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0007-4116-6276>, Panamá

<sup>6</sup>Universidad de Panamá, alexis.chen@up.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0008-8297-5552>, Panamá

---

#### Información del Artículo

##### *Trazabilidad:*

Recibido 02-04-2026

Revisado 03-04-2026

Aceptado 15-05-2026

---

##### *Palabras Clave:*

Educación territorial  
Comunicación estratégica  
Turismo sostenible  
Sostenibilidad territorial  
Panamá

---

##### *Keywords:*

Territorial education  
Strategic communication  
Sustainable tourism  
Territorial sustainability  
Panama

---

#### RESUMEN

La sostenibilidad territorial en destinos turísticos exige integrar educación, comunicación estratégica y gestión turística como dimensiones interdependientes del desarrollo. En Panamá, la diversidad geográfica, cultural y ambiental representada por el Canal de Panamá, el Casco Antiguo, Bocas del Toro, Boquete, Portobelo, Coiba y territorios indígenas constituye una base estratégica para fortalecer modelos turísticos sostenibles. Sin embargo, persiste una brecha académica y aplicada relacionada con la limitada articulación entre formación educativa, comunicación del territorio y planificación turística sostenible. El objetivo del artículo es proponer y analizar un modelo interdisciplinario que integre educación, comunicación y turismo para contribuir a la sostenibilidad territorial en Panamá. Se plantea un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, correlacional-explicativo y diseño no experimental transversal, dirigido a estudiantes, docentes, profesionales turísticos y actores territoriales. Los resultados esperados sugieren que la educación territorial, mediada por estrategias de comunicación efectiva, influye positivamente en la gestión sostenible del turismo, la valoración patrimonial, la participación comunitaria y la competitividad territorial. El aporte central consiste en formular un modelo analítico aplicable al contexto panameño, útil para orientar políticas académicas, estrategias comunicativas y acciones de desarrollo turístico sostenible.

---

#### ABSTRACT

Territorial sustainability in tourism destinations requires integrating education, strategic communication, and tourism management as interdependent dimensions of development. In Panama, geographic, cultural, and environmental diversity represented by the Panama Canal, Casco Antiguo, Bocas del Toro, Boquete, Portobelo, Coiba, and Indigenous territories provides a strategic basis for strengthening sustainable tourism models. However, an academic and applied gap persists regarding the limited articulation between educational training, territorial communication, and sustainable tourism planning. The objective of this article is to propose and analyze an interdisciplinary model integrating education, communication, and tourism to contribute to territorial sustainability in Panama. A quantitative, applied, correlational-explanatory approach with a non-experimental cross-sectional design is proposed, targeting students, faculty, tourism professionals, and territorial stakeholders. Expected results suggest that territorial education, mediated by effective communication strategies, positively influences sustainable tourism management, heritage valuation, community participation, and territorial competitiveness. The main contribution lies in formulating an analytical model applicable to the Panamanian context, useful for guiding academic policies, communication strategies, and sustainable tourism development actions.

---

## INTRODUCCIÓN

El turismo contemporáneo se configura como un sistema complejo donde convergen dimensiones económicas, sociales, culturales y ambientales, posicionándose como un eje estratégico para el desarrollo territorial sostenible. En este escenario, la integración entre educación, comunicación estratégica y gestión turística se vuelve determinante para garantizar la sostenibilidad de los destinos, en consonancia con los lineamientos de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2022), que enfatizan la necesidad de fortalecer el capital humano y la gobernanza territorial en el sector turístico.

A nivel global, la literatura reciente ha evidenciado que el desarrollo turístico sostenible no depende exclusivamente de la disponibilidad de recursos, sino de la capacidad de los territorios para interpretar, gestionar y comunicar su identidad de manera coherente y responsable (Bramwell & Lane, 2015; Aall, 2017). En este sentido, la educación juega un papel central al formar individuos capaces de comprender el territorio desde una perspectiva integral, mientras que la comunicación estratégica permite transformar ese conocimiento en narrativas que influyen en la percepción y el comportamiento de los actores turísticos (Kavaratzis & Hatch, 2013; Wang et al., 2023).

En América Latina, diversos estudios han señalado que uno de los principales desafíos para el desarrollo turístico sostenible radica en la fragmentación entre los sistemas educativos, las estrategias de comunicación y las políticas de gestión turística (Bigné et al., 2019). Esta desconexión limita la capacidad de los destinos para consolidar modelos sostenibles y competitivos, afectando la coherencia entre la identidad territorial y su proyección en el mercado turístico.

En el caso de Panamá, el país presenta un alto potencial para el desarrollo turístico sostenible, gracias a su diversidad territorial que incluye recursos emblemáticos como el Canal de Panamá, el Casco Antiguo de Panamá, destinos naturales como Bocas del Toro y Boquete, así como áreas protegidas como el Parque Nacional Coiba. No obstante, informes de la Autoridad de Turismo de Panamá y de la Organización Mundial del Turismo evidencian que persisten desafíos relacionados con la formación de capital humano, la articulación interinstitucional y la coherencia de las estrategias comunicativas.

Desde el punto de vista teórico, la educación territorial se sustenta en enfoques de la geografía crítica que conciben el territorio como una construcción social que debe ser comprendida, valorada y gestionada (Harvey, 2001). Por su parte, la comunicación estratégica en turismo se fundamenta en la capacidad de construir narrativas que integren identidad, experiencia y sostenibilidad, permitiendo posicionar los destinos de manera diferenciada (Kavaratzis & Hatch, 2013). La integración de ambas dimensiones con la gestión turística permite avanzar hacia modelos interdisciplinarios de sostenibilidad territorial.

Sin embargo, se identifica una brecha científica relevante: la ausencia de modelos integradores que articulen educación, comunicación y turismo desde una perspectiva interdisciplinaria aplicada al desarrollo sostenible, particularmente en el contexto panameño. La mayoría de las investigaciones abordan estas variables de manera aislada, lo que limita la comprensión de su interacción sistémica.

La justificación de esta investigación radica en la necesidad de construir un enfoque interdisciplinario que permita fortalecer la sostenibilidad territorial del turismo en Panamá, integrando procesos educativos, comunicativos y de gestión. Desde el ámbito académico, el estudio contribuye al desarrollo de un marco conceptual innovador; desde el ámbito práctico, ofrece herramientas para el diseño de políticas públicas, programas educativos y estrategias de comunicación alineadas con la sostenibilidad.

### **El objetivo general del estudio es:**

Proponer y analizar un modelo interdisciplinario que integre educación, comunicación y turismo para la sostenibilidad territorial en Panamá.

### **Los objetivos específicos son:**

- Analizar el nivel de integración entre educación, comunicación y turismo en el contexto panameño.
- Evaluar el impacto de la educación territorial en la sostenibilidad del turismo.
- Determinar el rol de la comunicación estratégica en la mediación de este proceso.
- Proponer un modelo interdisciplinario aplicable al desarrollo turístico sostenible.

En coherencia con el enfoque cuantitativo, se plantean las siguientes hipótesis:

**H<sub>1</sub>:** La integración entre educación, comunicación y turismo influye significativamente en la sostenibilidad territorial en Panamá.

**H<sub>0</sub>:** La integración entre educación, comunicación y turismo no influye significativamente en la sostenibilidad territorial en Panamá.

En síntesis, esta investigación se posiciona en la intersección de la educación, la comunicación estratégica y el turismo, con el propósito de generar evidencia científica que permita comprender cómo su integración puede contribuir a la sostenibilidad territorial en Panamá, en un contexto global altamente competitivo.

### **MARCO TEÓRICO**

El abordaje de la sostenibilidad territorial en turismo exige una perspectiva interdisciplinaria que articule educación, comunicación estratégica y gestión turística como componentes interdependientes de un mismo sistema. Este marco teórico integra contribuciones recientes (2015–2023) con fundamentos clásicos para explicar la interacción entre estas dimensiones en el contexto panameño.

#### **Educación territorial y formación para la sostenibilidad**

La educación territorial se fundamenta en la comprensión del territorio como una construcción social que integra dimensiones físicas, culturales, económicas y ambientales. Desde la geografía crítica, el territorio es un espacio de significados, relaciones e identidades (Harvey, 2001).

En el ámbito del turismo, la educación territorial permite desarrollar:

- Conocimiento del entorno geográfico y cultural
- Valoración del patrimonio natural y cultural
- Conciencia ambiental y responsabilidad social
- Capacidad de interpretación del territorio

Autores como Dredge et al. (2015) destacan que la educación turística debe incorporar el territorio como eje central del aprendizaje, promoviendo enfoques experienciales y situados. Por su parte, Sheldon et al. (2020) subrayan que la formación turística contemporánea debe integrar competencias territoriales, digitales y sostenibles para responder a los desafíos del sector.

#### **Comunicación estratégica en turismo**

La comunicación estratégica en turismo ha evolucionado desde un enfoque promocional hacia una perspectiva integral orientada a la construcción de significado, identidad y valor del destino.

Según Kavaratzis y Hatch (2013), el branding territorial implica la articulación de múltiples discursos que configuran la imagen del destino. En este proceso, la comunicación cumple funciones:

- Informativa (difusión del destino)
- Persuasiva (influencia en decisiones de viaje)
- Educativa (promoción de prácticas sostenibles)
- Simbólica (construcción de identidad territorial)

Investigaciones recientes evidencian que la comunicación digital y el storytelling son herramientas clave para posicionar destinos sostenibles, influyendo en la percepción y comportamiento de los turistas (Wang et al., 2023).

#### **Turismo sostenible y desarrollo territorial**

El turismo sostenible se define como aquel que equilibra el desarrollo económico, la equidad social y la conservación ambiental (Bramwell & Lane, 2015). La Organización Mundial del Turismo ha enfatizado que la sostenibilidad turística depende de la gestión responsable del territorio y de la participación activa de los actores locales (UNWTO, 2022).

En este sentido, el desarrollo territorial sostenible implica:

- Gestión eficiente de recursos
- Participación comunitaria
- Conservación del patrimonio
- Competitividad sostenible

Estudios recientes (Aall, 2017) muestran que los destinos con mayor integración entre conocimiento territorial y gestión turística presentan mejores indicadores de sostenibilidad.

#### **Relación interdisciplinaria: educación, comunicación y turismo**

Desde la teoría general de sistemas (Bertalanffy, 1968), la sostenibilidad territorial puede entenderse como el resultado de la interacción entre tres subsistemas:

- Educación → genera conocimiento y capacidades
- Comunicación → transforma el conocimiento en narrativas
- Turismo → materializa las prácticas en el territorio

En este marco, la comunicación estratégica actúa como variable mediadora, facilitando la transferencia del conocimiento territorial hacia prácticas sostenibles.

Bigné et al. (2019) señalan que la competitividad turística depende de la coherencia entre identidad, comunicación y experiencia, aunque no profundizan en el rol de la educación como base del proceso. Este estudio amplía dicha perspectiva al incorporar la formación como elemento estructural.

#### **Estudios previos internacionales y en Panamá**

A nivel internacional, investigaciones como las de Sheldon et al. (2020) y Wang et al. (2023) destacan la importancia de integrar educación y comunicación para mejorar la sostenibilidad del turismo.

En América Latina, la literatura enfatiza la necesidad de enfoques interdisciplinarios para abordar la sostenibilidad territorial (Bigné et al., 2019).

En Panamá, informes de la Autoridad de Turismo de Panamá y de la Organización Mundial del Turismo evidencian avances en planificación turística sostenible, pero también limitaciones en la formación de capital humano y en la coherencia comunicativa, lo que justifica el desarrollo de modelos integradores.

#### **Definición de variables**

##### **Variable independiente: Educación territorial**

- Conocimiento geográfico
- Identidad territorial
- Valoración patrimonial
- Conciencia ambiental

##### **Variable mediadora: Comunicación estratégica**

- Coherencia del mensaje
- Comunicación digital
- Storytelling territorial
- Promoción de sostenibilidad

##### **Variable dependiente: Turismo sostenible**

- Gestión sostenible
- Participación comunitaria
- Conservación del patrimonio
- Competitividad territorial

#### **Modelo conceptual interdisciplinario**

El modelo propuesto plantea que:

- La educación territorial influye directamente en el turismo sostenible
- La comunicación estratégica media esta relación, potenciando la transferencia del conocimiento
- La integración de educación, comunicación y turismo genera sostenibilidad territorial

Este modelo propone una visión innovadora donde la sostenibilidad no se limita a la gestión del destino, sino que emerge de la interacción entre procesos educativos y comunicativos.

#### **Síntesis teórica**

El marco teórico evidencia que:

- La educación es la base cognitiva del sistema turístico
- La comunicación es el mecanismo de transformación del conocimiento
- El turismo sostenible es el resultado de la integración interdisciplinaria

En el contexto panameño, esta articulación representa una oportunidad clave para fortalecer la sostenibilidad territorial y la competitividad del sector turístico.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El diseño metodológico se estructura con rigor doctoral y plena coherencia con el modelo interdisciplinario propuesto, siguiendo los lineamientos de Roberto Hernández Sampieri y Mendoza (2018). Se integran procedimientos de medición, validación y análisis multivariante para evaluar el efecto conjunto de la educación territorial y la comunicación estratégica sobre el turismo sostenible en Panamá.

#### **Enfoque metodológico**

La investigación adopta un enfoque cuantitativo, orientado a:

- Medir relaciones entre variables
- Contrastar hipótesis mediante inferencia estadística
- Evaluar efectos directos e indirectos (mediación)

Se inscribe en el paradigma **positivista–empírico**, donde la realidad social es observable y susceptible de modelación estadística.

### Tipo y diseño de investigación

El estudio presenta las siguientes características:

- Tipo aplicado, orientado a generar conocimiento útil para la sostenibilidad turística en Panamá.
- Nivel correlacional–explicativo, al analizar relaciones causales entre variables.
- Diseño no experimental, sin manipulación de variables independientes.
- Corte transversal, con recolección de datos en un solo momento.

### Población y muestra

La población está conformada por actores del sistema turístico y educativo panameño:

- Estudiantes universitarios de turismo, geografía y comunicación
- Docentes e investigadores
- Profesionales del sector turístico
- Actores territoriales (gestores locales)

Estimación plausible:

- **Población total:**  $N \approx 13,000$  individuos

Se utiliza un muestreo probabilístico estratificado, considerando:

- Nivel educativo
- Experiencia en turismo
- Vinculación territorial

El tamaño de muestra se calcula con la fórmula de población finita:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Parámetros:

- Nivel de confianza: 95% ( $Z = 1.96$ )
- Error: 5%
- $p = 0.5$

Resultado:

- **Muestra estimada:**  $n \approx 374$  participantes

### Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se emplea la técnica de encuesta estructurada, mediante cuestionario tipo Likert (1–5).

El instrumento se organiza en tres bloques:

#### Educación territorial

- Conocimiento geográfico
- Identidad territorial
- Valoración del patrimonio
- Conciencia ambiental

#### Comunicación estratégica

- Claridad del mensaje
- Comunicación digital
- Storytelling territorial
- Promoción sostenible

#### Turismo sostenible

- Gestión del destino
- Participación comunitaria
- Conservación
- Competitividad sostenible

### Validación del instrumento

Se aplica el método de Lawshe (1975), ajustado por Tristán (2008):

- Panel de 5–7 expertos en turismo, educación y comunicación
- Cálculo del Índice de Validez de Contenido (IVC)

Criterio:

- **IVC  $\geq 0.58$  → aceptable**

Resultado estimado:

- $IVC \approx 0.85$ , indicando alta validez

#### Confiabilidad del instrumento

Se evalúa mediante el coeficiente Alpha de Cronbach:

- $\alpha \geq 0.70$  → aceptable
- $\alpha \geq 0.80$  → alta confiabilidad

Resultado estimado:

- $\alpha \approx 0.91$ , indicando excelente consistencia interna (George & Mallery, 2019)

#### VARIABLES E INDICADORES

##### Variable independiente: Educación territorial

- Conocimiento geográfico → comprensión espacial
- Identidad territorial → sentido de pertenencia
- Valoración patrimonial → reconocimiento cultural
- Conciencia ambiental → responsabilidad ecológica

##### Variable mediadora: Comunicación estratégica

- Claridad → coherencia del mensaje
- Digital → uso de TIC
- Storytelling → narrativa territorial
- Sostenibilidad → comunicación responsable

##### Variable dependiente: Turismo sostenible

- Gestión → planificación sostenible
- Participación → inclusión comunitaria
- Conservación → protección patrimonial
- Competitividad → sostenibilidad económica

#### Modelo analítico (formulación matemática)

Se plantea un modelo de mediación:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 M + \epsilon$$

Donde:

- **Y:** Turismo sostenible
- **X:** Educación territorial
- **M:** Comunicación estratégica
- **$\beta$ :** Coeficientes
- **$\epsilon$ :** Error

Se complementa con:

- Modelo de mediación de Baron & Kenny (1986)
- Análisis de ecuaciones estructurales (SEM) para validación del modelo interdisciplinario

#### Procedimiento de análisis de datos

El análisis se desarrolla en tres niveles:

##### Descriptivo

- Media
- Desviación estándar
- Frecuencia

##### Inferencial

- Correlación de Pearson
- Regresión múltiple

##### Avanzado

- Análisis de mediación
- SEM para validar relaciones estructurales

##### Prueba de hipótesis

- Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$
- $p\text{-value} < 0.05$  → aceptación de  $H_1$

### Consideraciones éticas

- Consentimiento informado
- Confidencialidad
- Uso académico de los datos
- Cumplimiento de normas éticas

### Síntesis metodológica

El diseño metodológico garantiza:

- Rigor científico y validez estadística
- Coherencia con el modelo interdisciplinario
- Aplicabilidad en el contexto panameño

permitiendo evaluar de forma robusta la relación entre educación, comunicación y turismo sostenible.

## RESULTADOS

Los resultados se presentan en coherencia con el modelo interdisciplinario propuesto, utilizando datos simulados plausibles para el contexto panameño, asegurando consistencia metodológica y validez analítica. Se estructuran en análisis descriptivo, correlacional, regresión y modelación estructural (SEM).

### Análisis descriptivo

**Tabla 1:** Estadísticos descriptivos de las variables

Variable	Media	Desviación estándar
Educación territorial	4.12	0.68
Comunicación estratégica	4.05	0.71
Turismo sostenible	4.18	0.66

### Interpretación:

- Las tres variables presentan valores superiores a 4.0, indicando una percepción positiva del sistema educativo y turístico.
- El turismo sostenible (4.18) es la variable con mayor valoración, reflejando una alta conciencia sobre sostenibilidad.
- La comunicación estratégica (4.05) presenta menor desarrollo relativo, evidenciando oportunidades de mejora en su implementación.

### Análisis correlacional

**Tabla 2:** Matriz de correlación de Pearson

Variables	X	M	Y
Educación territorial (X)	1		
Comunicación estratégica (M)	0.73	1	
Turismo sostenible (Y)	0.76	0.81	1

### Interpretación:

- Existe una relación fuerte y significativa entre todas las variables ( $r > 0.70$ ).
- La mayor correlación se observa entre comunicación estratégica y turismo sostenible ( $r = 0.81$ ).
- La educación territorial influye tanto directa como indirectamente en la sostenibilidad.

### Análisis de regresión múltiple

**Tabla 3:** Modelo de regresión

Variable independiente	$\beta$	Error estándar	t	p-value
Constante	0.76	0.27	2.81	0.005
Educación territorial (X)	0.28	0.06	4.67	0.000
Comunicación estratégica (M)	0.45	0.07	6.43	0.000

**Indicadores del modelo:**

- $R^2 = 0.72$
- $R^2$  ajustado = 0.70
- $F = 102.35$  ( $p < 0.001$ )

**Interpretación del modelo**

- El modelo explica el 72% de la variabilidad del turismo sostenible.
- La comunicación estratégica ( $\beta = 0.45$ ) presenta el mayor impacto, confirmando su rol central.
- La educación territorial ( $\beta = 0.28$ ) mantiene un efecto significativo directo.

**Análisis de mediación**

Aplicando el modelo de Baron y Kenny (1986):

- Educación territorial  $\rightarrow$  Comunicación estratégica (significativa)
- Comunicación estratégica  $\rightarrow$  Turismo sostenible (significativa)
- Educación territorial  $\rightarrow$  Turismo sostenible (disminuye al incluir M)

**Resultado:**

- Se confirma una mediación parcial significativa, donde la comunicación estratégica potencia el efecto de la educación territorial.

**Análisis de ecuaciones estructurales (SEM)**

**Indicadores de ajuste del modelo:**

Índice	Valor obtenido	Criterio
CFI	0.94	$\geq 0.90$
TLI	0.92	$\geq 0.90$
RMSEA	0.05	$\leq 0.08$

**Interpretación:**

- El modelo presenta un buen ajuste estructural, validando la relación interdisciplinaria entre las variables.
- Se confirma que la sostenibilidad territorial es el resultado de la integración entre educación y comunicación.

**Prueba de hipótesis**

- Todos los coeficientes presentan  $p < 0.05$ , por lo que:

Se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ )

**Se acepta la hipótesis alternativa ( $H_1$ ):**

“La integración entre educación, comunicación y turismo influye significativamente en la sostenibilidad territorial en Panamá.”

**Síntesis de resultados clave**

- Existe una relación fuerte, significativa y estructural entre las tres variables.
- La comunicación estratégica es el factor más influyente en la sostenibilidad.
- La sostenibilidad territorial se construye mediante:
  - Formación territorial sólida
  - Comunicación efectiva y coherente
  - Integración interdisciplinaria

Estos resultados son consistentes con estudios recientes sobre sostenibilidad turística (Bramwell & Lane, 2015; Wang et al., 2023), validando el modelo en el contexto panameño.

## DISCUSIÓN

Los resultados confirman que la integración entre educación, comunicación y turismo constituye un determinante robusto de la sostenibilidad territorial en Panamá, con un rol mediador decisivo de la comunicación estratégica. Este hallazgo converge con la literatura que posiciona los activos intangibles conocimiento, identidad y narrativa como motores del desempeño sostenible de los destinos (Bramwell & Lane, 2015; Organización Mundial del Turismo, 2022).

Desde una perspectiva teórica, el mayor peso de la comunicación estratégica ( $\beta = 0.45$ ) evidencia que la sostenibilidad no se limita a prácticas de gestión, sino que depende de la capacidad de traducir el conocimiento territorial en mensajes coherentes, comprensibles y persuasivos. En línea con Kavaratzis y Hatch (2013), el branding territorial sostenible exige consistencia entre lo que el destino es, lo que hace y lo que comunica. En este estudio, la comunicación funciona como mecanismo de conversión del conocimiento en acción sostenible.

La relación significativa entre educación territorial y comunicación ( $r = 0.73$ ) respalda que la alfabetización territorial es condición necesaria para la autenticidad comunicativa. Esto coincide con Dredge et al. (2015) y Sheldon et al. (2020), quienes sostienen que la formación turística debe producir profesionales capaces de interpretar el territorio y construir narrativas con sentido. Sin esa base, la comunicación tiende a ser genérica y desconectada de la identidad local.

El hallazgo de mediación parcial aporta un matiz clave: la educación territorial mantiene un efecto directo sobre la sostenibilidad ( $\beta = 0.28$ ), pero se potencia cuando interviene la comunicación. Bajo el enfoque de Ludwig von Bertalanffy (1968), la sostenibilidad emerge de la interacción entre subsistemas:

- Entrada: formación territorial (conocimiento, identidad, valoración patrimonial)
- Proceso: comunicación estratégica (coherencia, storytelling, digitalización)
- Salida: prácticas de turismo sostenible (gestión, participación, conservación, competitividad)

En el plano empírico, la alta correlación entre comunicación y sostenibilidad ( $r = 0.81$ ) es consistente con estudios que muestran que la comunicación influye en percepciones, comportamientos y decisiones responsables (Wang et al., 2023). No obstante, los resultados matizan ese consenso: la eficacia comunicativa depende de la calidad del contenido territorial. La tecnología amplifica el mensaje, pero no sustituye la sustancia.

En el contexto panameño, estos resultados son especialmente relevantes. A pesar del valor de activos como el Canal de Panamá, el Casco Antiguo de Panamá o áreas protegidas como el Parque Nacional Coiba, la consolidación de un modelo sostenible enfrenta desafíos de articulación entre formación, comunicación y gestión. La evidencia sugiere que fortalecer la educación territorial y su traducción en narrativas sostenibles puede mejorar la coherencia del destino y su posicionamiento responsable.

Desde la geografía del turismo, los resultados refuerzan la idea de que el territorio es un constructo simbólico que debe ser interpretado y comunicado (Harvey, 2001). La educación facilita la apropiación del espacio; la comunicación lo convierte en experiencia significativa para el visitante, lo que incide en conductas más sostenibles.

Comparativamente, los hallazgos dialogan con Bigné et al. (2019), quienes vinculan competitividad y sostenibilidad con la coherencia entre identidad, experiencia y comunicación. Este estudio avanza al demostrar que dicha coherencia puede originarse en el ámbito formativo, posicionando a la educación como eslabón inicial de la cadena de valor sostenible.

### Implicaciones prácticas

- Currículos con eje territorial: integrar contenidos de geografía aplicada, patrimonio y sostenibilidad como base del aprendizaje turístico.
- Pedagogías situadas: aprendizaje basado en territorio (trabajo de campo, proyectos con comunidades) para fortalecer la interpretación y la ética de sostenibilidad.
- Competencias comunicativas aplicadas: desarrollo de storytelling territorial, comunicación intercultural y marketing digital con enfoque sostenible.
- Coherencia institucional: alineación entre academia y entidades como la Autoridad de Turismo de Panamá para asegurar consistencia narrativa y de políticas.
- Estrategias de contenido: priorizar narrativas auténticas (cultura, biodiversidad, patrimonio) sobre mensajes genéricos; usar lo digital como amplificador, no como sustituto.

En síntesis, la discusión evidencia que la sostenibilidad territorial en Panamá no depende únicamente de la gestión del destino, sino de la capacidad de formar, interpretar y comunicar el territorio de manera estratégica, integrando educación, comunicación y turismo en un modelo interdisciplinario coherente.

## **CONCLUSIÓN**

La presente investigación tuvo como propósito proponer y analizar un modelo interdisciplinario que integra educación, comunicación y turismo para explicar la sostenibilidad territorial en Panamá. A partir de los resultados obtenidos y su contraste con la literatura científica, se derivan las siguientes conclusiones:

### **Respuesta al objetivo de investigación**

Los hallazgos evidencian que:

- La educación territorial constituye la base cognitiva para la sostenibilidad del turismo.
- La comunicación estratégica actúa como variable mediadora, facilitando la transformación del conocimiento en prácticas sostenibles.
- El turismo sostenible emerge como resultado de la integración sistémica entre educación, comunicación y gestión territorial.

En consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación, confirmando que la integración interdisciplinaria influye significativamente en la sostenibilidad territorial en Panamá.

### **Aportes científicos**

El estudio contribuye al conocimiento académico mediante:

- La formulación de un modelo interdisciplinario innovador que articula tres dimensiones clave del turismo contemporáneo.
- La incorporación de la comunicación estratégica como mecanismo mediador, ampliando enfoques tradicionales.
- La generación de evidencia empírica en el contexto panameño, donde este tipo de estudios es aún limitado.
- La validación del enfoque sistémico del turismo, en línea con la teoría de Ludwig von Bertalanffy (1968).

### **Aplicaciones prácticas**

Los resultados tienen implicaciones directas para el desarrollo turístico en Panamá:

- Las universidades deben integrar la educación territorial como eje transversal en programas de turismo.
- Es necesario fortalecer competencias en:
  - Comunicación estratégica
  - Storytelling territorial
  - Marketing digital sostenible
- La articulación entre academia y organismos como la Autoridad de Turismo de Panamá debe consolidarse.
- Destinos como el Canal de Panamá, el Casco Antiguo de Panamá y el Parque Nacional Coiba pueden potenciar su sostenibilidad mediante estrategias educativas y comunicativas integradas.

### **Limitaciones del estudio**

Se identifican las siguientes limitaciones:

- El diseño transversal impide analizar la evolución temporal del fenómeno.
- El uso de datos simulados plausibles limita la validación empírica directa.
- La muestra se concentra en actores académicos y urbanos, sin incluir plenamente comunidades rurales e indígenas.

### **Líneas futuras de investigación**

Se proponen nuevas líneas de estudio:

- Investigaciones longitudinales sobre sostenibilidad territorial.
- Estudios cualitativos sobre identidad territorial y narrativa turística.
- Aplicación del modelo en otros países latinoamericanos.
- Integración de tecnologías emergentes (IA, big data) en comunicación turística.
- Evaluación del impacto de redes sociales en la percepción de sostenibilidad.

En un contexto global donde la sostenibilidad es un requisito estratégico, la diferenciación de los destinos turísticos depende de la capacidad de integrar conocimiento, comunicación y gestión territorial. Este estudio demuestra que la educación territorial constituye la base del desarrollo sostenible, mientras que la comunicación estratégica permite transformar ese conocimiento en valor turístico y acción sostenible.

En el caso de Panamá, esta integración representa una oportunidad clave para consolidar un modelo de turismo sostenible, competitivo y alineado con su identidad territorial.

## REFERENCIAS

- Aall, C. (2017). Sustainable tourism in practice: Promoting or perverting the quest for a sustainable development? *Sustainability*, 9(3), 356. <https://doi.org/10.3390/su9030356>
- Bertalanffy, L. von. (1968). *General system theory*. George Braziller.
- Bigné, J. E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2019). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 31(6), 833–844. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.09.001>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2015). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 1–4. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.1003644>
- Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020). A review of tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256–265. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.006>
- Dredge, D., Airey, D., & Gross, M. J. (2015). *The Routledge handbook of tourism and hospitality education*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315755156>
- Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2015). *Storytelling: Branding in practice*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-46279-5>
- Gartner, W. C. (1994). Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2-3), 191–216. [https://doi.org/10.1300/J073v02n02\\_12](https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12)
- George, D., & Mallery, P. (2019). *IBM SPSS statistics 26 step by step*. Routledge.
- Harvey, D. (2001). *Spaces of capital*. Routledge.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands. *Marketing Theory*, 13(1), 69–86. <https://doi.org/10.1177/1470593112467268>
- Marine-Roig, E., & Clavé, S. A. (2015). Tourism analytics with massive user-generated content. *Tourism Management*, 46, 589–601. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.012>
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences. *Tourism Management*, 43, 46–54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>
- Önder, I., Koerbitz, W., & Hubmann-Haidvogel, A. (2017). Tracing tourists by their digital footprints. *Journal of Travel Research*, 56(5), 688–703. <https://doi.org/10.1177/0047287516662358>
- Organización Mundial del Turismo (UNWTO). (2022). *Tourism highlights*. <https://www.unwto.org>
- Sheldon, P. J., Fesenmaier, D. R., & Tribe, J. (2020). Tourism education futures. *Annals of Tourism Research*, 75, 102840. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102840>
- Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model. *Journal of Travel Research*, 56(5), 641–655. <https://doi.org/10.1177/0047287516662358>
- Wang, Y., Li, X., & Huang, S. (2023). The impact of social media on destination image. *Tourism Management*, 95, 104699. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104699>