

## Editorial

A Comunicação e o Turismo estão intrinsecamente ligados, desempenhando papéis que se potencializam mutuamente. O papel da Comunicação é fundamental durante todo o processo do ciclo da viagem do consumidor, que se potencializou com a digitalização da sociedade e do setor do Turismo. Antes da viagem, a Comunicação é fundamental para promover os destinos e produtos turísticos, através dos canais digitais e tradicionais, e auxiliar o visitante na escolha e planeamento da viagem. Durante a viagem, a Comunicação continua a ser fulcral para a criação de experiências memoráveis, facilitando a interação com os agentes de Turismo e a fruição do património e compreensão da cultura local. Após a viagem, a Comunicação é essencial para avaliação e contínua melhoria na prestação dos serviços de Turismo e adequação da reputação dos destinos turísticos.

O que este número da revista *Aprender* procura é analisar como o Turismo lida com o ato de comunicar, quer no campo do entretenimento, quer na publicidade ou nos novos média. Não se pretende traçar aqui um quadro exaustivo, mas antes combinar a análise de investigadores de diferentes especialidades que pensam a problemática do Turismo e da Comunicação na sociedade contemporânea.

O Tema Central inicia-se com uma interessante entrevista a Rasa Jodienė, professora da Utenos Kolegija (Instituição de Ensino Superior de Utena) na Lituânia, com 34 anos de experiência no ensino, que efetua uma excelente reflexão sobre a importância das *soft skills* no setor do Turismo, com destaque para a comunicação, e da necessidade dos cursos de Turismo e hospitalidade, seja em Portugal ou na Lituânia, capacitarem os estudantes com competências comunicacionais, de modo a que compreendam e respeitem a cultura e os aspetos sociais dos diferentes países.

A História não foi esquecida. Mafalda Ferro, presidente da Fundação António Quadros, e neta de António Ferro, partilhou um pouco do legado do seu avô, destacando o contributo do escritor, jornalista e dinamizador da política cultural do Estado Novo para História do Turismo em Portugal.

O texto de Noronha, “Alentejo Virtual: Análise e reflexão sobre uma visita virtual em 360º”, apresenta um tópico relevante, pertinente e muito atual à luz dos mais recentes desafios do Turismo e das Tecnologias da Informação e Comunicação, em particular na adoção de recursos de realidade virtual e aumentada para a comunicação/promoção dos destinos turísticos.

Por sua vez, Goldoni propõe uma reflexão sobre os imaginários que a telenovela Fuzuê, da rede Globo, traz em relação aos pontos turísticos do Rio de Janeiro, Brasil. Um contributo intitulado “Do guião da telenovela ao roteiro da viagem: uma análise do turismo cinematográfico perante a telenovela Fuzuê”, que visa compreender como a Globo apresenta esses pontos turísticos e, se porventura, há o incentivo à visita desses locais.

O artigo de Vendeiro e Bonixe, intitulado “A participação dos utilizadores digitais no setor turístico – análise de comentários das redes sociais da Turismo do Centro” parte

do contributo teórico de Carpentier sobre o conceito de participação no espaço digital, distinto de acesso e interação, e procura perceber como os utilizadores usam essa possibilidade no contexto das redes sociais de uma entidade do setor do Turismo.

Por fim, expõe-se a resenha do livro “Turismo Digital. Uma Comunicação para Nómadas Intermitentes”, publicado em 2023 pela editora Livros Horizonte, que apresenta um excelente contributo científico, relevante para os profissionais e estudantes da área do Turismo e da Comunicação, através de diversas abordagens e com foco em variados contextos da interligação entre um dos mais importantes canais de comunicação da atualidade – as redes sociais – e o Turismo.

**Adriana Guimarães | Gorete Dinis | Márcia Marat Grilo**