

***Tourism literacy*: um conceito e competências para trazer um olhar mais sustentável e ético ao turismo**

Tourism literacy: a concept and skills to bring a more sustainable and ethical look to tourism

Sandra Côrtes Moreira

Universidade de Huelva

Contacting author: sandra.cortes70@hotmail.com

Palavras-chave | *Tourism literacy*, Media, Mediadores, Educomunicação, Competências, Sustentabilidade

Objetivos | Esta investigação tem como objetivos fundamentais procurar:

- 1- Definir o conceito de *Tourism Literacy* (TL);
- 2- Apresentar uma proposta de competências, que permita aos investigadores e demais *stakeholders* avaliar competências neste âmbito e aplicá-la em estudos futuros; ou seja: compreender o papel dos mediadores, quem são e como se relacionam, através dos seus canais de comunicação; como se tornam competentes e literatos, numa relação que faz parte de um processo educacional, no qual existem sempre as fases de preparação, experiência e aprendizagem e em que todos são educadores não formais, estabelecem conexões, direcionando as suas ações para o desenvolvimento integral do ser humano;
- 3- Demonstrar que estas competências têm relação estreita com a comunicação/media, determinantes na comunicação turística e que contribuirão para os mediadores tenham práticas mais consonantes com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) e as propostas da OMT (Organização Mundial do Turismo) relativas à sustentabilidade, cultura, ética e diálogo intercultural.

Metodologia | A metodologia assenta na análise dos modelos de competências mediáticas de Pérez-Rodríguez e Delgado-Ponce (2012), Ferrés e Piscitelli (2012) e Scolari et. al. (2018), para se poder elaborar uma proposta de Competências em TL (CTL), apontando dimensões essenciais e considerando que a TL fará parte de um processo de aprendizagem, integrado numa nova ecologia de múltiplas literacias, tendo uma relação estreita com a Literacia Mediática.

Realizaram-se entrevistas estruturadas e exploratórias a responsáveis de três Organizações de Gestão de Destinos (OGD's) do Algarve/Portugal (Região de Turismo do Algarve - RTA, Associação de Turismo do Algarve - ATA e Câmara Municipal de Faro), que permitiram obter elementos comprovativos de uma literacia específica nesta indústria, ligada à Literacia Mediática,

nomeadamente nas prioridades estratégicas e planificação/implementação dos processos de comunicação destas instituições.

Realizou-se Revisão de Literatura, seguida da definição dos domínios, dimensões e indicadores, que formam o mapa conceitual das principais CTL (já validada por peritos e base de futuras análises).

Efetou-se recolha de conteúdos das plataformas de Facebook, Twitter, Instagram e YouTube das OGD's. Esta recolha levou-nos à fase metodológica atual: análise qualitativa dos mesmos, de acordo com a proposta desenvolvida por Borges e Sigiliano (2021), estabelecendo mapas mentais e relação entre os conteúdos e a tabela de CTL, com o objetivo de identificar marcas de TL.

Alargar o âmbito de análise a todas as tipologias de mediadores identificados (media, mediadores turísticos, anfitriões e turistas) é propósito dos investigadores como continuação desta investigação.

Principais resultados e contributos | Os resultados levam-nos a considerar que existe uma estreita relação entre as competências mediáticas e as CTL. A TL é um processo educativo, no qual os participantes no processo turístico aplicam as CTL nas suas relações, experiências e construção de produtos comunicativos. No fundo, é tudo o que é necessário à atividade turística, para que os mediadores participem nela de forma mais produtiva e respeitosa. Tal ideia tem em linha de conta que a formação do conhecimento é contínua, gerada no processo de comunicação/meios de comunicação, holística e em ambientes formais e informais, sendo todos "*prosumidores*". Identificámos, nas entrevistas e na análise de produtos mediáticos, a presença de competências ao nível da Literacia Mediática e de como estas se relacionam com a TL. Considerámos, por exemplo, áreas como o acesso e obtenção de informação (Conhecimento), a receção e empatia (Compreensão) e a participação e interação (Expressão). Apontar competências que nos transformem em cidadãos mais ativos e críticos, que nos permitam agir conscientemente no nosso *habitat* comunicativo e na vida social é um dos resultados importantes da investigação, bem como o aprofundamento do conhecimento dos processos de mediação ligados ao turismo. A identificação de CTL trará ferramentas para ampliar práticas consonantes com um melhor e mais amplo desenvolvimento social/comportamental e conducentes a um olhar mais sustentável e ético nos participantes no processo turístico.

Limitações | A maior limitação identificada prende-se com o facto de não se conseguir, no tempo desta investigação, alargar a amostra a turistas, fator que nos permitiria conclusões mais profundas. Optou-se por iniciar pelas OGD's e, numa fase pós-doc, alargar a todos os mediadores.

Conclusões | A TL associa-se, profundamente, a um *Ethos* ligado às questões da participação, da criatividade, da cidadania literata (Fantin, 2022) e dos valores éticos, presentes na relação com o

Outro, com o Ambiente e com o Património, tal como destacado no Código Global de Ética para o Turismo, ou nos ODS. Fenómenos como o *overtourism* e a turismofobia (práticas insustentáveis do turismo de massas) afetam a relação entre os que estão ligados a esta indústria. A sustentabilidade como preocupação global desafia o pensamento e a capacidade de transformar esta prática em algo que implica a dimensão de aprendizagem. A TL e as competências a ela associadas facilitarão a aplicação de metodologias/ferramentas, sobretudo no que toca à comunicação turística, redutoras destes fenómenos.

Referências

- Borges, G., & Sigiliano, D. (2021). Qualidade audiovisual e competência midiática: Proposta teórico-metodológica de análise de séries ficcionais. In *Anais do XXX Encontro Anual da Compós*. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. <https://bit.ly/42A4n99>
- Fantin, M. (2022). Literacia midiática: Dimensões críticas, éticas e estéticas. *Seminários de Formação em Literacia Midiática – Literacia Mediática*. Observatório da Qualidade no Audiovisual. <https://www.youtube.com/watch?v=EeHCBmpowU>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75–82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Pérez-Rodríguez, M. A., & Delgado-Ponce, A. (2012). From digital and audiovisual competence to media competence: Dimensions and indicators. *Comunicar*, 39, 25–34. <https://bit.ly/3PyRXKO>
- Scolari, C. A., Masanet, M., Guerrero-Pico, M., & Establés, M. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies. *Profesional de la Información*, 27(4), 801–812. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09>