

MESTRADO EM TURISMO E COMUNICAÇÃO

Ficha de Unidade Curricular 2020/2021

1. Designação da Unidade Curricular | Name of the Curricular Unit

[PT] Comunicação em Turismo

[EN] Communicating in Tourism

2. Docente responsável (e respetiva carga letiva) | Responsible teaching staff (and lecturing load)

Cândida Cadavez, TP – 10; OT – 6; TC – 8

3. Outros docentes (e respetivas cargas letivas) | Other teaching staff (and lecturing load)

Ana Gonçalves – TP 2

Elsa Gavinho – TP 2

Graça Joaquim – TP 2

Maria José Pires – TP 2

Miguel Brito – TP 2

4. Objetivos de Aprendizagem | Learning outcomes

[PT] Considerando a importância crescente da atividade turística no mundo contemporâneo, bem como as mais diversas áreas sociais que impacta, é da mais pertinente importância discutir e entender o modo como a comunicação se operacionaliza e acontece neste setor. Assim, esta UC tem por objetivo promover a discussão em torno dos diversos contextos que acolhem a “comunicação em turismo”.

Pretende-se, com isso, que os mestrandos adquiram competências e espírito crítico que lhes permitam compreender como uma boa e sustentável prática turística depende, cada vez mais, de uma comunicação efetiva e, principalmente, ética.

No final do semestre, os mestrandos terão redigido, apresentado e discutido com os seus pares um relatório crítico a este propósito.

[EN] Tourism is more and more important nowadays, thus impacting on the most diverse social areas. Therefore, it is of an uttermost importance to understand how communication happens in this industry. The purpose of this curricular unit is to promote the discussion around the different contexts that host “communication in tourism”. Students should acquire the skills that will allow them to understand how a good and sustainable tourism practice depends more and more on an effective and ethical communication. By the end of the semester the students will have written, presented and discussed with their partners a critical report on these issues.

5. Conteúdos Programáticos | Syllabus

[PT]

1. Comunicação em Turismo (CT)

1.1. Pertinência e particularidades

1.1.1. Gerações Y e Z,

1.1.2. Experiências e autenticidades.

1.2. Os comunicadores em turismo do/no século XXI

- 1.2.1. Diversidade de canais em CT,
- 1.2.2. Análise do discurso em CT,
- 1.2.3. Literacia visual em CT,
- 1.3. Turismo de Portugal, o caso português

2. Diferentes plataformas e diversas motivações em CT
 - 2.1 Comunidades,
 - 2.2. Públicos,
 - 2.3. Recursos,
 - 2.4. Empresas.

[EN]

1. Communicating in Tourism (CT)
 - 1.1. Its importance and particularities
 - 1.1.1. The Y and Z generations,
 - 1.1.2. Experiences and authenticities.
 - 1.2. Communicating tourism in the 21st century
 - 1.2.1. The channels in CT
 - 1.2.2. Discourse analysis in CT.
 - 1.2.3. Visual literacy in CT.
 - 1.3. Turismo de Portugal, the promotion of Portugal.
2. Different platforms and diverse motivations in CT
 - 2.1. Communities,
 - 2.2. Publics and audiences,
 - 2.3. Resources,
 - 2.4. Enterprises.

6. Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos | Syllabus coherence with the learning outcomes

[PT] Pretende-se inicialmente discutir a real importância da comunicação em turismo, enquanto ferramenta necessária para a prossecução de boas práticas humanas e económicas. Partindo deste pressuposto, os diversos seminários proporcionarão aos mestrandos a hipótese de contactar diferentes “concretizações” de comunicação em turismo, com o propósito de lhes apresentar as evidências que comprovem a importância da ferramenta “comunicação” num setor tão transversal como o turístico.

[EN] To begin with this curricular unit intends to discuss the real importance of communicating in tourism, as this is a very important tool to reach the best human and economic practices. From this on, the different seminars will give the students the opportunity to contact several ways for “communicating in such a transversal sector as tourism is.

7. Metodologias de ensino | Teaching methodologies

[PT]

- Abordagem e discussão de uma rede conceptual (comunicação, comunicação em turismo, análise do discurso e literacia visual),
- Exercícios práticos de análise do discurso,

- Análise de estudos de caso.

[EN]

- Approaching and discussing a conceptual frame (communication, communicating in tourism, discourse analysis and visual literacy),
- Discourse analyses – exercises,
- Case-studies analysis.

8. Coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem | Coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

[PT] As metodologias usadas em contexto de aula terão o objetivo de promover abordagens críticas e construtivas perante as matérias abordadas, bem como desenvolver o trabalho em equipa. Cada sessão contará com a intervenção de um académico e/ou profissional reconhecido, que fará uma exposição sobre comunicação em turismo na sua área de intervenção. As atividades de avaliação final deverão refletir precisamente a exposição dos mestrandos a estas diversas formas de “comunicar em turismo”.

[EN] During the seminars students will be invited to critically approach the presented subjects, as well as to develop teamwork. There will be a different speaker (a recognized academic or professional) in every session who will expand on communicating in tourism within his/her professional frame. The evaluation activities should reflect the contact between students and all the diverse ways of “communicating in tourism”.

9. Métodos de avaliação | Assessment methods

[PT]

- Participação ativa nos seminários,
- Mini-relatórios intercalares, produzidos depois de cada seminário conduzido por um orador convidado,
- Projeto final de grupo.

[EN]

- Active participation in the seminars,
- Intermediate reports,
- Final group project.

10. Descrição das diferentes modalidades de avaliação | Description of the various assessment methodologies

[PT] Na 1.ª sessão, os mestrandos terão acesso a um documento descritivo das modalidades de avaliação.

- Os mestrandos deverão participar ativamente nos seminários de modo a evidenciar as suas pesquisas, contribuir com *inputs* válidos e praticar avaliação de modelos de comunicação em turismo (poderão ser solicitadas pequenas intervenções),
- A seguir a cada sessão assegurada por um orador convidado, os estudantes deverão redigir um relatório de uma página sobre o tema exposto,
- Em função do número de estudantes inscritos na Unidade Curricular, será desenvolvido em pares ou em grupos um projeto final, dividido em três fases, com o qual os mestrandos

demonstrarão a sua capacidade de avaliar o modelo de comunicação de um destino, um produto ou uma experiência.

[EN] In the first session, students will be given a document that describes the different assessment methodologies.

- Students should actively participate in the seminars so as to demonstrate their researches, contribute with valid inputs and practice their assessment of what effective communication in tourism means (students may be requested to present interventions),
- A one-page report should be produced after every session delivered by a guest speaker.
- Depending on the number of students registered to attend this curricular unit, pairs or groups of students will prepare a three stage project that will demonstrate how they can assess and comment on the way a certain destination, product or experience is communicated.

11. Cálculo da avaliação final | Calculation formula for the final grade

[PT]

Participação ativa nos seminários & pequenas atividades em aula	25%
Redação de relatórios intercalares (depois das sessões asseguradas por convidados externos)	25%
Projeto de grupo <ul style="list-style-type: none"> • Abstract: 10% • Presentation: 15% • Final report: 25% 	50%

[EN]

Active participation in the sessions and other activities in class	25%
Intermediate reports (to be produced after the sessions delivered by guest speakers)	25%
Group project <ul style="list-style-type: none"> • Abstract: 10% • Presentation: 15% • Final article: 25% 	50%

12. Bibliografia | Bibliography

Arau Ribeiro, M. C., Gonçalves, A. Silva, M., Morgado, M. & Coelho, M. (2017). The State of the ReCLes.pt CLIL Training Project. Languages and the Market: a ReCLes.pt Selection of International Perspectives and Approaches (115-120).

Buhalis Dimitrios, Daniel Leung and Rob Law (2011). eTourism: Critical Information and Communication Technologies for Tourism Destinations. CAB International 2011. Destination Marketing and Management (Y. Wang and A. Pizam): 205-224.

Cadavez, Cândida (2017). “«Mas que mundo é este?», ou de como tem de ser diferente a divulgação das práticas de fruição cultural para os turistas millennial – um estudo de caso pensando nos museus”. Revista Iberoamericana de Turismo, Volume 7, Dossiê Número 3 “Museus, Turismo e Sociedade” (eds: Costa, Luciana Ferreira e Maria de Fátima Nunes), Alagoas: RITUR Penedo: 215-228. ISSN: 2236-6040.

Cadavez, Cândida. 2015. “(Sempre a) Ver e aprender, ou o heterogéneo habitus de observação dos turistas das sociedades coevas”. Revista Iberoamericana de Turismo, Volume 5, Dossiê Número 2 “Museus, Turismo e Sociedade” (eds: Costa, Luciana Ferreira e Maria de Fátima Nunes), Alagoas: RITUR Penedo: 27-47. ISSN: 2236-6040.

Gil, Isabel Capeloa (2011). Literacia Visual. Estudos Sobre a Literacia Visual. Lisboa: Edições 70.

- Dantas, Monique A. (2011). Turismo e Comunicação: A Dimensão Do Jornalismo No Turismo. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.
- Marujo, Noemi (2008). Turismo e Comunicação. Castelo Branco: RVJ Editores.
- Rasquilha, Luís (2009) Publicidade. Fundamentos, Estratégias, Processos Criativos, Planeamento de Meios e Outras Técnicas de Comunicação. Lisboa: Gestãoplus Edições.
- Sebastião, S. P. e Raquel Barbosa Ribeiro (eds.) (2012). Portugal, destino a comunicar. A Comunicação no Turismo Português. Lisboa: ISCSP.
- Silva, Jorge (2018). Marketing digital e redes sociais no turismo: o caso do município de Ovar. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo.
- Turismo de Portugal (2017). [Estratégia Turismo 2027](#).

Ao longo do semestre, poderão ser indicadas outras referências aos mestrandos.

N.B.

[PT] As metodologias de ensino e a avaliação foram ponderadas de modo a poderem ser praticadas em ensino presencial, remoto ou *b-learning*.

[EN] The selected teaching and assessment methodologies will fit a regular, e-learning or b-learning scenario.