FICHA DE UNIDADE CURRICULAR (FUC)

Tecnologias Digitais Aplicadas ao Turismo Cinematográfico

Curso	Pós-graduação em Turismo Cinematográfico e Gestão de Experiências Audiovisuais	Ano	1.º	Semestre	2.º
Créditos	5	Área Científica	Ciências da Informação e Informática		

Docente(s)	E-mail
A designar (convidado da Escola Superior de Teatro e Cinema)	
Responsável da UC	

1. Objetivos de aprendizagem

Esta unidade curricular analisa o papel das tecnologias digitais e dos media interativos na criação de experiências culturais e turísticas associadas ao cinema e ao audiovisual.
A UC explora o potencial das tecnologias digitais na mediação cultural, na criação de experiências imersivas e na valorização turística de lugares associados a produções audiovisuais.
No final da unidade curricular, os estudantes deverão ser capazes de:
a) compreender os processos de transformação digital nas indústrias culturais e criativas;
b) analisar o papel dos media digitais na experiência turística associada ao audiovisual;
c) identificar aplicações de tecnologias imersivas, como realidade aumentada e realidade virtual, em contextos turísticos e culturais;
d) compreender o papel do storytelling digital e das narrativas interativas na mediação cultural;
e) analisar plataformas digitais e conteúdos audiovisuais interativos aplicados ao turismo;
f) refletir criticamente sobre o papel da inovação digital no desenvolvimento de experiências de turismo cinematográfico.

2. Learning Outcomes of the curricular unit

This course analyses the role of digital technologies and interactive media in the creation of cultural and tourism experiences associated with cinema and audiovisual productions.
The course explores the potential of digital technologies in cultural mediation, immersive experiences and the tourism valorisation of places associated with audiovisual productions.
By the end of the course, students should be able to:
a) understand processes of digital transformation in cultural and creative industries;
b) analyse the role of digital media in tourism experiences associated with audiovisual culture;
c) identify applications of immersive technologies such as augmented reality and virtual reality in cultural and tourism contexts;
d) understand the role of digital storytelling and interactive narratives in cultural mediation;

e) analyse digital platforms and interactive audiovisual content applied to tourism experiences;
f) critically reflect on the role of digital innovation in the development of film tourism experiences.

3. Conteúdos programáticos

1. Transformação digital na cultura e no turismo
1.1 Processos de digitalização nas indústrias culturais e criativas
1.2 Media digitais e novas formas de experiência cultural e turística
2. Tecnologias digitais na experiência audiovisual
2.1 Media interativos e conteúdos audiovisuais digitais
2.2 Experiências audiovisuais digitais associadas ao turismo
3. Realidade aumentada e realidade virtual
3.1 Aplicações de AR e VR no turismo cultural
3.2 Experiências imersivas associadas ao cinema e ao audiovisual
4. Storytelling digital e narrativas interativas
4.1 Narrativas digitais e storytelling audiovisual
4.2 Experiências transmedia aplicadas ao turismo cinematográfico
5. Plataformas digitais e experiências audiovisuais
5.1 Plataformas digitais de difusão e mediação audiovisual
5.2 Conteúdos audiovisuais interativos aplicados a experiências turísticas
6. Inovação digital em experiências de turismo cinematográfico
6.1 Tecnologias emergentes no audiovisual e no turismo
6.2 Novos formatos de mediação cultural e experiências digitais

4. Syllabus

1. Digital transformation in culture and tourism
1.1 Digitalisation processes in cultural and creative industries
1.2 Digital media and new forms of cultural and tourism experiences
2. Digital technologies in audiovisual experiences
2.1 Interactive media and digital audiovisual content
2.2 Digital audiovisual experiences associated with tourism
3. Augmented reality and virtual reality
3.1 Applications of AR and VR in cultural tourism
3.2 Immersive experiences associated with cinema and audiovisual media
4. Digital storytelling and interactive narratives
4.1 Digital narratives and audiovisual storytelling
4.2 Transmedia experiences applied to film tourism
5. Digital platforms and audiovisual experiences
5.1 Digital platforms for audiovisual dissemination and mediation
5.2 Interactive audiovisual content applied to tourism experiences

6. Digital innovation in film tourism experiences
6.1 Emerging technologies in audiovisual and tourism contexts
6.2 New formats of cultural mediation and digital experiences

5. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da unidade curricular

Os conteúdos programáticos encontram-se organizados de forma progressiva, abordando inicialmente os processos de transformação digital nas indústrias culturais e criativas e evoluindo para a análise de tecnologias digitais aplicadas à criação de experiências culturais e turísticas associadas ao audiovisual.
Os conteúdos 1 e 2 contribuem para os objetivos a) e b), ao introduzirem os processos de digitalização cultural e o papel dos media digitais na experiência turística. O conteúdo 3 contribui para o objetivo c), ao analisar aplicações de realidade aumentada e realidade virtual em contextos culturais e turísticos. O conteúdo 4 responde ao objetivo d), ao abordar o papel das narrativas digitais e do storytelling interativo. O conteúdo 5 contribui para o objetivo e), ao explorar plataformas digitais e conteúdos audiovisuais interativos. Por fim, o conteúdo 6 contribui para o objetivo f), ao analisar processos de inovação digital no turismo cinematográfico.

6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The syllabus is organised progressively, beginning with digital transformation processes in cultural and creative industries and moving towards the analysis of digital technologies applied to the creation of cultural and tourism experiences related to audiovisual media.
Contents 1 and 2 support outcomes a) and b) by introducing digitalisation processes and the role of digital media in tourism experiences. Content 3 contributes to outcome c) by analysing applications of augmented reality and virtual reality in cultural and tourism contexts. Content 4 addresses outcome d) by examining digital storytelling and interactive narratives. Content 5 supports outcome e) by analysing digital platforms and interactive audiovisual content. Finally, content 6 contributes to outcome f) by exploring digital innovation in film tourism experiences.

7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico

A unidade curricular combina aulas teóricas e teórico-práticas orientadas para a análise das tecnologias digitais e dos media interativos aplicados ao turismo cinematográfico.
As sessões incluem a apresentação de enquadramentos conceptuais, a análise de exemplos e estudos de caso relacionados com experiências audiovisuais digitais e a discussão de aplicações tecnológicas em contextos culturais e turísticos.
Serão igualmente exploradas plataformas digitais, conteúdos audiovisuais interativos e experiências imersivas associadas ao cinema e ao audiovisual.

8. Teaching and learning methodologies specific to the curricular unit articulated with the pedagogical model

The course combines theoretical and analytical sessions focused on the role of digital technologies and interactive media in film tourism experiences.
Sessions include conceptual presentations, analysis of examples and case studies related to digital audiovisual experiences, and discussion of technological applications in cultural and tourism contexts.
Digital platforms, interactive audiovisual content and immersive experiences associated with cinema and audiovisual media are also explored.

9. Avaliação

A avaliação da unidade curricular é realizada em regime de avaliação contínua e integra os seguintes elementos:
Trabalho em grupo de análise ou conceção de uma experiência digital aplicada ao turismo cinematográfico – 50%
Trabalho individual de análise crítica de uma tecnologia digital aplicada ao audiovisual ou ao turismo – 50%
Os estudantes que não obtenham aprovação neste regime poderão realizar exame final (100%).

10. Assessment

Assessment is based on continuous evaluation and includes the following components:
Group assignment involving the analysis or design of a digital experience related to film tourism – 50%
Individual assignment providing a critical analysis of a digital technology applied to audiovisual media or tourism – 50%
Students who do not obtain approval through continuous assessment may take a final examination (100%).

11. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

As metodologias de ensino combinam enquadramento conceptual e análise aplicada de tecnologias digitais associadas ao audiovisual. As sessões teóricas contribuem para os objetivos a) e b) ao introduzirem os principais conceitos relacionados com transformação digital e media digitais. A análise de estudos de caso e exemplos práticos contribui para os objetivos c), d) e e), permitindo compreender aplicações de tecnologias imersivas, storytelling digital e plataformas audiovisuais. A realização dos trabalhos individual e de grupo contribui para o objetivo f), ao estimular a reflexão crítica sobre inovação digital e experiências turísticas associadas ao cinema.

12. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The teaching methodologies combine conceptual understanding with applied analysis of digital technologies related to audiovisual media. Lectures contribute to outcomes a) and b) by introducing key concepts related to digital transformation and digital media. Case study analysis contributes to outcomes c), d) and e) by examining immersive technologies, digital storytelling and audiovisual platforms. The individual and group assignments contribute to outcome f) by encouraging critical reflection on digital innovation and film tourism experiences.

13. Bibliografia principal

Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.

Ryan, M.-L. (2015). *Narrative as virtual reality 2: Revisiting immersion and interactivity in literature and electronic media*. Johns Hopkins University Press.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets, 25*(3), 179–188. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T., & tom Dieck, M. C. (2018). Virtual reality, presence and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tourism Management, 66*, 140–154. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.003

tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2018). A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism. *Current Issues in Tourism, 21*(2), 154–174. https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1070801

Buhalis, D., Leung, D., & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management, 97*, 104724. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104724

14. Observações

Esta unidade curricular contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em particular para o ODS 4 – Educação de Qualidade, ao promover a compreensão crítica das tecnologias digitais na cultura e no turismo. Contribui igualmente para o ODS 8 – Trabalho Digno e Crescimento Económico, ao analisar o papel da inovação digital nas indústrias culturais e criativas. A unidade curricular relaciona-se ainda com o ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis, ao refletir sobre novas formas de mediação cultural e valorização digital dos territórios associados ao cinema e ao audiovisual.

15. Additional Information

This course contributes to the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 4 – Quality Education, by promoting critical understanding of digital technologies in culture and tourism. It also contributes to SDG 8 – Decent Work and Economic Growth, by analysing the role of digital innovation in cultural and creative industries. The course is also related to SDG 11 – Sustainable Cities and Communities, by reflecting on new forms of cultural mediation and digital valorisation of places associated with cinema and audiovisual productions.