FICHA DE UNIDADE CURRICULAR (FUC)

Turismo Cinematográfico e Media

Curso	**Pós-graduação em Turismo Cinematográfico e Gestão de Experiências Audiovisuais**	Ano	**1.º**	Semestre	**1.º**
Créditos	**5**	Área Científica	Ciências Sociais		

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

1. Objetivos de aprendizagem

Esta unidade curricular visa analisar criticamente o papel dos media na construção, circulação e amplificação de imaginários turísticos associados ao cinema e ao audiovisual. Pretende-se compreender como as representações mediáticas dos lugares influenciam perceções, práticas culturais e mobilidades turísticas associadas ao turismo cinematográfico.

No final da unidade curricular, os estudantes deverão ser capazes de:

a) Compreender as relações entre media, cultura visual e turismo;
b) Analisar representações mediáticas de lugares em produções cinematográficas e audiovisuais;
c) Interpretar a construção simbólica de territórios e paisagens através dos media;
d) Analisar o papel das audiências, do fandom e das culturas participativas associadas ao cinema;
e) Compreender os processos de circulação mediática de imaginários turísticos;
f) Analisar criticamente estudos de caso de turismo cinematográfico associados a media e produções audiovisuais.

2. Learning Outcomes of the curricular unit

This course aims to critically analyse the role of media in the construction, circulation and amplification of tourism imaginaries associated with cinema and audiovisual productions. It examines how media representations of places influence perceptions, cultural practices and tourism mobilities related to film tourism.
By the end of the course, students should be able to:

a) Understand the relationships between media, visual culture and tourism;
b) Analyse media representations of places in cinematic and audiovisual productions;
c) Interpret the symbolic construction of territories and landscapes through media;
d) Analyse the role of audiences, fandom and participatory cultures associated with cinema;
e) Understand the processes through which tourism imaginaries circulate through media networks;
f) Critically analyse case studies of film tourism associated with media and audiovisual productions.

3. Conteúdos programáticos

1. Media, cultura visual e turismo
1.1 Media e construção social da realidade
1.2 Cultura visual e representações mediáticas
1.3 Media e produção de imaginários turísticos
2. Representações mediáticas dos lugares
2.1 Cinema e representação dos territórios
2.2 Narrativas audiovisuais e construção simbólica dos lugares
2.3 Media, paisagem e identidade territorial
3. Media e circulação de imaginários turísticos
3.1 Media globais e mobilidade cultural
3.2 Redes mediáticas e difusão de imagens turísticas
3.3 Media e construção de destinos turísticos
4. Fandom, audiências e práticas culturais
4.1 Fandom e comunidades de fãs
4.2 Participação das audiências e cultura participativa
4.3 Media, turismo e práticas culturais contemporâneas
5. Media digitais e novos ecossistemas mediáticos
5.1 Plataformas digitais e circulação de conteúdos audiovisuais
5.2 Media sociais e cultura participativa
5.3 Produção e partilha de conteúdos pelos utilizadores
6. Estudos de caso internacionais
6.1 Produções audiovisuais e construção mediática de destinos
6.2 Media, fandom e práticas turísticas associadas ao cinema
6.3 Análise crítica de experiências de turismo cinematográfico

4. Syllabus

1. Media, visual culture and tourism
1.1 Media and the social construction of reality

1.2 Visual culture and media representations
1.3 Media and the production of tourism imaginaries
2. Media representations of places
2.1 Cinema and the representation of territories
2.2 Audiovisual narratives and the symbolic construction of places
2.3 Media, landscape and territorial identity
3. Media and the circulation of tourism imaginaries
3.1 Global media and cultural mobility
3.2 Media networks and the diffusion of tourism images
3.3 Media and the construction of tourism destinations
4. Fandom, audiences and cultural practices
4.1 Fandom and fan communities
4.2 Audience participation and participatory culture
4.3 Media, tourism and contemporary cultural practices
5. Digital media and emerging media ecosystems
5.1 Digital platforms and the circulation of audiovisual content
5.2 Social media and participatory culture
5.3 User-generated content and media production
6. International case studies
6.1 Audiovisual productions and the media construction of destinations
6.2 Media, fandom and tourism practices associated with cinema
6.3 Critical analysis of film tourism experiences

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

Os conteúdos programáticos encontram-se organizados de forma progressiva e articulada com os objetivos da unidade curricular. O conteúdo 1 contribui para a compreensão das relações entre media, cultura visual e turismo. O conteúdo 2 permite analisar a representação mediática dos territórios e a construção simbólica dos lugares no cinema e no audiovisual. O conteúdo 3 explora os processos de circulação e difusão de imaginários turísticos através dos media. O conteúdo 4 aborda o papel das audiências, do fandom e das práticas culturais associadas ao consumo mediático. O conteúdo 5 analisa o papel das plataformas digitais e dos novos ecossistemas mediáticos na produção e circulação de conteúdos relacionados com o turismo cinematográfico. O conteúdo 6 permite aplicar os conceitos analisados através da discussão de estudos de caso internacionais.

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

The syllabus is organised progressively and aligned with the learning objectives of the course. Content 1 introduces the relationships between media, visual culture and tourism. Content 2

analyses media representations of places and the symbolic construction of territories in cinema and audiovisual narratives. Content 3 explores the circulation and diffusion of tourism imaginaries through media networks. Content 4 addresses the role of audiences, fandom and cultural practices associated with media consumption. Content 5 examines the role of digital platforms and emerging media ecosystems in the production and circulation of film-related tourism content. Content 6 enables the application of theoretical concepts through the analysis of international case studies.

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

A unidade curricular adota uma metodologia de natureza teórico-prática, combinando a apresentação de enquadramentos conceptuais com a análise crítica de exemplos e estudos de caso relacionados com turismo cinematográfico e representações mediáticas dos lugares. As sessões incluem a discussão de textos científicos, análise de excertos de produções audiovisuais e reflexão crítica sobre o papel dos media na construção de imaginários turísticos.

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

The course adopts a theoretical-practical approach combining conceptual lectures with critical analysis of examples and case studies related to film tourism and media representations of places.
Sessions include the discussion of academic texts, analysis of audiovisual excerpts and critical reflection on the role of media in the construction of tourism imaginaries.

9. Avaliação

A avaliação integra duas componentes com a seguinte ponderação na classificação final:

1. Ensaio individual sobre um tema relacionado com os conteúdos da unidade curricular (50% da classificação final).
2. Trabalho de grupo, apresentado oralmente, consistindo na análise crítica de um estudo de caso de turismo cinematográfico associado a representações mediáticas (50% da classificação final).

Os estudantes que não obtenham aprovação no regime de avaliação contínua podem realizar exame final (100%), nos termos do Regulamento Académico da ESHTE.

10. Assessment

Assessment includes two components with the following weightings in the final grade:

1. Individual essay on a topic related to the course content (50% of the final grade).
2. Group project, presented orally, consisting of the critical analysis of a case study of film tourism associated with media representations (50% of the final grade).

Students who do not obtain approval through continuous assessment may take a final examination (100%), in accordance with the ESHTE Academic Regulations.

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

As metodologias de ensino utilizadas na unidade curricular, de natureza teórico-prática, permitem desenvolver competências de análise crítica das representações mediáticas associadas ao turismo cinematográfico. A discussão de enquadramentos conceptuais e a análise de estudos de caso permitem compreender a relação entre media, cultura visual e mobilidades turísticas. Deste modo, promove-se o desenvolvimento de competências analíticas que permitem interpretar criticamente o papel dos media na construção de imaginários turísticos associados ao cinema.

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

The theoretical-practical teaching methodologies adopted in this course support the development of critical analytical skills related to media representations associated with film tourism. The discussion of conceptual frameworks and the analysis of case studies allow students to understand the relationship between media, visual culture and tourism mobilities. In this way, the course promotes analytical competencies that enable students to critically interpret the role of media in the construction of tourism imaginaries associated with cinema.

13. Bibliografia principal

Beeton, S. (2016). *Film-induced tourism* (2nd ed.). Channel View Publications.

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

Månsson, M., Buchmann, A., Cassinger, C., & Eskilsson, L. (Eds.). (2020). *The Routledge companion to media and tourism*. Routledge.

Reijnders, S. (2011). *Places of the imagination: Media, tourism, culture*. Routledge.

Reijnders, S., Martens, C., Castro, D., Póvoa, A., Nanjangud, A., & Schiavone, F. (2023). *Media, place and tourism: Worlds of imagination*. Routledge.

Tzanelli, R. (2013). *Heritage in the digital era: Cinematic tourism and the activist cause*. Routledge.

14. Observações

Esta unidade curricular contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em particular para o ODS 4 – Educação de Qualidade, ao promover competências críticas relacionadas com a análise das relações entre media, cultura e turismo. Contribui igualmente para o ODS 8 – Trabalho Digno e Crescimento Económico, ao estimular a reflexão sobre o papel das indústrias culturais e criativas na valorização turística dos territórios. A unidade curricular relaciona-se ainda com o ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis, ao incentivar a valorização cultural dos lugares e das identidades territoriais através da análise das representações mediáticas associadas ao cinema.
A unidade curricular segue igualmente os princípios do Código de Ética da ESHTE, promovendo práticas responsáveis na análise e interpretação de conteúdos mediáticos e na utilização ética de materiais audiovisuais.

15. Additional Information

This curricular unit contributes to the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 4 – Quality Education, by promoting critical competencies related to the analysis of the relationships between media, culture and tourism. It also contributes to SDG 8 – Decent Work and Economic Growth, by encouraging reflection on the role of cultural and creative industries in the tourism valorisation of territories. The course is also related to SDG 11 – Sustainable Cities and Communities, by promoting the cultural valorisation of places and territorial identities through the analysis of media representations associated with cinema.
The course also follows the principles of the ESHTE Code of Ethics, promoting responsible practices in the analysis and interpretation of media content and in the ethical use of audiovisual materials.