# Nuevas estrategias de comunicación audiovisual para la difusión de productos turísticos culturales

**Curso Académico: ( 2019 / 2020 )** **Fecha de revisión: 27/05/2019 11:01:34**

**Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación**

**Coordinador/a: IBAÑEZ FERNANDEZ, JUAN CARLOS**

**Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0**

**Curso : 1 Cuatrimestre : 1**

## OBJETIVOS

### COMPETENCIA

Capacidad para comprender y analizar críticamente representaciones audiovisuales en el ámbito especializado de la difusión y de la gestión institucional del Turismo, tanto desde una perspectiva formal como conceptual.

### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- Conocimiento de las claves que regulan la difusión mediática de los recursos del Patrimonio Natural y Cultural.
- Conocimiento del papel que desempeñan las representaciones y campañas mediáticas en la construcción de discursos sociales vinculados al turismo y a su impacto en la vida social y cultural.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Comunicación mediática y representación audiovisual en la sociedad contemporánea

- Los medios audiovisuales: estructura e impacto social en el ámbito de la gestión turística de los bienes naturales y culturales. Fundamentos para el análisis del lenguaje audiovisual contemporáneo y su relación con el turismo: cine, televisión e Internet.

La representación del turismo en los medios audiovisuales

- Características y géneros de la difusión del turismo y sus actividades de gestión en cine, televisión y nuevos medios digitales. Difusión de la herencia natural y cultural en España. Turismo y cultura audiovisual. Temas centrales y estereotipos sociales y culturales.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases magistrales (15 horas, 100%)

Adquisición de conceptos teóricos especializados en el campo de la interpretación y difusión mediática de los recursos del Patrimonio Natural y Cultural, y más concretamente en el ámbito de las representaciones audiovisuales sobre la gestión institucional, la industria o la cultura del turismo.

Clases prácticas (15 horas, 100%)

Visionado y comentario de representaciones de especial relevancia para entender el funcionamiento y la evolución de la cultura audiovisual asociada al turismo y la difusión del patrimonio natural y cultural en España. Lectura y comentario de textos. Participación activa del alumno.

Trabajo del estudiante (40 horas, 0%)

Preparación de clases prácticas y estudio tutorizado de contenidos teórico-prácticos y de materiales docentes. Elaboración y defensa de un ensayo individual o en grupo sobre aspectos concretos de los contenidos del temario.

Tutorías (5 horas, 100%).

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

| | |
|---|---|
| **Peso porcentual del Examen/Prueba Final:** | 60 |
| **Peso porcentual del resto de la evaluación:** | 40 |

- Trabajo / Ensayo / Práctica: 60% de la nota global.

- Resolución de ejercicios prácticos en el aula (evaluación continua) 20%.

- Participación activa y fundamentada del estudiante en clases prácticas y tutorías. 20%.

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA


- Augé, M. El viaje imposible: el turismo y sus imágenes, Gedisa, 1998

- Del Rey-Reguillo, A. (ed.) Cine, imaginario y turismo, Tirant Lo Blanch, 2007

- Gámir, A. y Manuel, C. Cine y Geografía. Espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas, Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, núm. 45, 2007

- Ibáñez, J.C. Naturaleza y medio ambiente en la cultura televisiva española, Adimán, 2004

- Lester, J-A y Scarles, C. (eds.) Mediating the Tourist Experience: From Brochures to Virtual Encounters, Ashgate Publishing, 2014

- Rosado Cobián, C. y Querol Fernández, P. Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción, Junta de Andalucía, 2006

- Tzanelli, R. The Cinematic Tourist: Explorations in Globalization, Culture and Resistance, Routledge, 2007