

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

NOME DA DISCIPLINA: TURISMO, CONSUMO E COMUNICAÇÃO (código TUR 053)

CARÁTER DA DISCIPLINA: Obrigatório Opcional Eletivo

NÚMERO DE CRÉDITOS: 4 créditos

PRÉ-REQUISITO(S): Não há pré-requisito

EMENTA DA DISCIPLINA: Compreender a questão da “imagem” como elemento chave para a interpretação do fenômeno turístico. Estudar o turismo associado aos processos de consumo e comunicação, e sua relação com a sociabilidade contemporânea, enquanto o “estar-junto”. Analisar o turismo como uma forma de consumo e comunicação, o consumo entendido não apenas como prática mercantil de posse de bens, mas também como forma de atribuição de sentido ao mundo dos objetos.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:



GRADUAÇÃO



PÓS-GRADUAÇÃO

1 – TURISMO, CULTURA E COMUNICAÇÃO

1.1 – Turismo é cultura?

1.2 – Turismo como forma de comunicação

2 – A IMAGINAÇÃO SIMBÓLICA E O PROCESSO DE SIGNIFICAÇÃO

2.1 – O que é imaginação?

2.2 – Percebo o mundo, logo existo?

2.3 – A realidade como construção social

3 – IMAGEM E TURISMO

3.1 – O que é imagem?

3.2 – O papel da imagem na construção de uma localidade turística

4 - SOCIEDADE, TURISMO E SOCIABILIDADE

4.1 – O que é sociedade?

4.2 – O turismo como forma social

4.3 – Sociabilidade e interação social no turismo

5 – CONSUMO E LÓGICA CLASSIFICATÓRIA COMO FORMAS DE COMUNICAÇÃO

5.1 – O que é consumo?

5.2 – Consumo, classificação e a construção de si

5.3 – Consumir é pensar e estar no mundo

6 – AS TRANSFORMAÇÕES DOS PARADIGMAS PRODUTIVOS E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO GOSTO

6.1 – Crítica da noção de Individuo na produção do gosto

6.2 – O paradigma de produção fordista e a noção de cultura de massa

6.3 – A emergência do paradigma pós-fordista e a mudança no padrão do gosto

7 – A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA DISTINÇÃO E SUA RELAÇÃO COM O ESPAÇO URBANO: PALCO PARA AS INTERAÇÕES SOCIAIS

7.1 – A cidade como interação social

7.2 – A distinção do espaço e fabricação da diferença do gosto

7.3 – O melhor lugar do mundo é aqui! Crítica da estética turística