UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
FORMULÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

UNIDADE: INSTITUTO DE GEOGRAFIA		
DEPARTAMENTO: DEPARTAMENTO DE TURISMO		
DISCIPLINA: Turismo e Produção Cultural		
CARGA HORÁRIA: 60	**CRÉDITOS:** 4	**CÓDIGO:** IGEOG03-17836
MODALIDADE DE ENSINO: Presencial		**TIPO DE APROVAÇÃO:** Nota e Frequência

STATUS	CURSO / VERSÃO / HABILITAÇÃO / ÊNFASE
Eletiva Restrita	IGEOG - Turismo (versão 2) IGEOG - Turismo (versão 3) Bacharelado
Eletiva Universal	*para todos os cursos da UERJ*

TIPO DE AULA	CRÉDITO	CH SEMANAL	CH TOTAL
Teórica	4	4	60
TOTAL	**4**	**4**	**60**

EMENTA:

Produção Cultural: princípios e práticas. Turismo e formação de públicos e fluxos. A artes clássicas e a produção cultural: curadoria, exposições e festivais. Indústria cultural e criativa, produção cultural e turismo: setor audiovisual, arte pública, música, gastronomia e moda; Cultural digital, redes sociais, conteúdos, estratégias de influência digital; Fomento e captação de recursos para produtos culturais.

OBJETIVO:

" Compreender as diferentes práticas de produção cultural e sua relação com o turismo;
" Analisar as diferentes cadeias produtivas da indústria cultural e criativa, seus principais produtos e distribuição;
" Conhecer e analisar as diferentes formas de financiamento para a produção cultural.

BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia Básica

BAHIA, Lia. Discursos, políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro. São Paulo: Iluminuras, 2012.
CANCLINI, N.G. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da Modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.
RUBIM, Linda. Organização e Produção da Cultura (org.) Salvador, BA: EDUFBA: 2005.
FERRARI, Polyana. Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Ed. Contexto, 2011.
GADELHA, R. Produção cultural: conformações, configurações e paradoxos. Fortaleza: Armazém da Cultura, 2015.
KAUARK, Giuliana; RATTES, Plínio; LEAL, Nathalia (orgs). Um luar para os espaços culturais: gestão territórios, públicos e programação.
OLIVIERI, Cristiane; NATALE, Edson. Guia brasileiro de Produção Cultural: ações que transformam a cidade. São Paulo: Edições SESC, 2016.
ROGERS, David. Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital. Autêntica Business. São Paulo, 2017.
WHITE, Robert. Recepção: a abordagem dos Estudos Culturais. Comunicação & Educação, Brasil, v. 4, n. 12, 2008.

Bibliografia Complementar

BRASIL. Guia dos Museus Brasileiros. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.
GEERTZ, C. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC Ed., 2008.
HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
LISBOA FILHO et. al. Gestão e Produção cultural. Curitiba: Editora Appris, 2017.