



SO126-M – SOCIOLOGIA DA CULTURA II

**PRODUÇÃO DA IDENTIDADE E GLOBALIZAÇÃO: ANÁLISE E REFLEXÕES DE UMA
PROBLEMÁTICA CONTEMPORÂNEA A PARTIR DE MEGAEVENTOS E TURISMO**

PROF. MICHEL NICOLAU NETTO

2º SEMESTRE/2016

EMENTA:

A produção do simbólico na sociedade contemporânea se torna um dos temas centrais da sociologia da cultura. Termos como poder simbólico, valor simbólico, economia dos signos, sociedade do espetáculo etc. se referem a esse processo e passam a fazer parte do vocabulário das ciências sociais. Mais recentemente, a globalização integra a esse processo uma mudança espacial, na qual a produção do simbólico passa a ser atravessada por uma complexa relação de espaços. A própria noção de espaço, dessa forma, precisa ser redefinida e surgem conceitos nas ciências sociais em referência: não-lugar, cidades globais, espaço global etc. O curso a ser oferecido visa analisar o tema da identidade, em espacial identidade nacional, nesse contexto. A relação contemporânea entre identidade nacional e marca, sintetizada nos projetos de “*nation branding*” (nos termos do marketing) empreendidos pelos Estados é um sintoma de um processo no qual as identidades adquirem novos sentidos, novos agentes forjadores e novos espaços de produção e consumo. Fenômenos como esse formam a problemática do curso, que se ancora em dois objetos de análise em relação aos quais a dimensão simbólica é fundante. Refere-se aqui aos chamados Megaeventos (Copa do Mundo de Futebol, Olimpíadas, Expo Mundial, etc.) e ao setor do turismo. O objetivo do curso é, portanto, explorar novas formas de produção e consumo de identidade nacional atravessada pelo processo de globalização, em uma sociedade cada vez mais marcada pela dimensão simbólica, a partir da análise desses dois objetos. Destaca-se que o curso será embasado em uma pesquisa do docente que está em fase de encerramento. Essa dimensão do “fazer científico” será aclarada e explorada didaticamente, e os alunos acompanharão não apenas suas conclusões, mas seu processo, tornando elementos de aula questões como construção de objeto e metodologia. O curso está estruturado em quatro grupos de aula, sendo os dois primeiros voltados para embasar conceitualmente a problemática e os dois últimos voltados para a discussão e análise dos fenômenos apontados.

GRUPOS DE AULA COM BIBLIOGRAFIA PRELIMINAR

Grupo I: Globalização, identidade nacional e a dimensão simbólica

Temal: Identidade nacional

GELLNER, Ernest. (2003), *Nações e Nacionalismo*. Lisboa: Gradiva, 1993.



- HOBSBAWM, Eric. (1991), *Nações e Nacionalismo desde 1780*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- ANDERSON, Benedict. (2008), *Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- ORTIZ, Renato. (2003), *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense.

Tema 2: Identidade e globalização

- GIDDENS, Anthony. (2002). *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002
- HALL, Stuart. (2009), *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG.
- HALL, Stuart. (2003), *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro : DP&A.
- APPADURAI, Arjun. (1996), *Modernity at Large*. Minneapolis: University of Minnesota.
- FEATHERSTONE, Mike. (1999), "Cultura Global: Introdução". In Mike Featherstone (org), *Cultural Global: nacionalismo, globalização e modernidade* (pp. 7-23). Petrópolis: Editora Vozes
- COMAROFF, John & COMAROFF, Jean. (2009), *Ethnicity, Inc*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- ARONCZYK, Melissa. (2014), *Branding the Nation: The Global Business of National Identity*. Oxford Scholarship Online.
- ANHOLT, Simon. (2007), *Competitive Identity: the new brand management of nations, cities and regions*. New York: Palgrave Macmillian.

Tema 3: A dimensão simbólica

- BOURDIEU, Pierre. (2003), "A economia das trocas linguísticas". In R. O. (org.), *A sociologia de Pierre Bourdieu* (pp. 144-169). São Paulo: Olho D'Água.
- BOURDIEU, Pierre. (2004), *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro : Bertrand Brasil.
- BAUDRILLARD, Jean. (1996), *A Troca Simbólica e a Morte*. São Paulo: Loyola.
- LASH, Scott. & URRY, John. (1994), *Economies of Signs & Space*. London, Thousands Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- LIPOVETSKY, Gilles & SEROY, Jean. (2005), *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras.
- CAMARGO, Silvio. (2011), *Trabalho imaterial e produção cultural: a dialética do capitalismo tardio*. São Paulo: Annablume.
- THOMPSON, John B. (1990), *Ideology and modern culture: critical social theory in the era of mass communication*. Stanford: Stanford University Press.

Grupo II: Globalização e a dimensão espacial

Tema 1: formas espaciais

- SIMMEL, Georg. A sociologia do espaço. *Estudos Avançados*, 27(79), 2013
- AUGÉ, Marc. *Não Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papyrus, 2004
- FOUCAULT, Michel. (1984), "Of Other Spaces, Heterotopias." *Architecture, Mouvement, Continuité* 5.



- ORTIZ, Renato. (s/d), *Um Outro Território*. São Paulo: Ed. Olho D'água.
SANTOS, Milton. (2002), *A natureza do espaço: técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo: Edusp, 2002

Tema 2: cidades globais

- TAYLOR, P. J. (2004) *World City Networks*, London: Routledge.
SASSEN, Saskia. (2001). *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
SASSEN, Saskia. (2007). "Global City: Recovering Place and Social Practices". In: *A Sociology of Globalization*. New York: Norton, 2007.
SASSEN, Saskia. (2012), *Cities in a World Economy*. London: Forge Press.
CARROLL, William K. (2010), "Global cities in the global corporate network". In: *The Making of a Transnational Capitalist Class: Corporate Power in the 21st Century*. London and New York: Zedbooks.

Tema 3: a produção e o consumo do espaço

- LEFEBVRE, Henri. (2007), *The Production of Space*. Oxford: Backwell Editions.
HARVEY, David. (2005), *A Produção Capitalista do Espaço*. São Paulo: Annablume.
ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos, MARICATO, Ermínia. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes: 2002
URRY, John. (2011). *Consuming Places*. London and New York: Taylor & Francis.
FAINSTEIN, Susan S.; CAMPBELL, Scott (eds). (2011). *Readings in Urban Theory*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Grupo III: Aproximações sociológicas sobre o turismo

- COHEN, Erik. (1984), "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings". *Annual Review of Sociology*, Vol. 10, pp. 373-392.
MACCANNELL, Dean. (1973), Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *The American Journal of Sociology*, Vol. 79, No. 3, 589-603.
MACCANNELL, Dean. (1976), *The Tourist: a new Theory of Leisure Class*. New York: Schocken Books.
KRIPPENDORF, Jost. (2001), *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.
REJOWSKI, M., et al. (2002), Desenvolvimento do Turismo Moderno. In M. Rejowski, *Turismo no Percurso do Tempo* (pp. 41-70). São Paulo: Aleph.
URRY, John. (2001), *O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporânea*. São Paulo: Sesc/Studio Nobel.
KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. (1998), "The Agency of Display". In: *Destination Culture: tourism, museums, and heritage*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
JUDD, Dennis R; FAINSTEIN, Susan S. (edS). (1999), *The tourist city*. New Haven and London: Yale University Press, 1999.



- STRAIN, Ellen. *Public Places, Private Journeys: Ethnography, Entertainment, and the Tourist Gaze*. (2003), New Brunswick, New Jersey, and London: Rutgers University Press, 2003.
- FARIAS, Edson. (2011), *Ócio e Negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. Curitiba: Appris.

Grupo IV: Aproximações sociológicas sobre megaeventos.

Tema 1: megaeventos: história e contexto

- CONDORCET. *Esboço de um quadro histórico dos progressos do espírito humano*. Campinas: Editora Unicamp, 2013.
- NISBET, Robert. "Part II: The Triumph of the Idea of Progress". In: Robert Nisbet. *History of the Idea of Progress*. New York: Basic Books, 1980
- CHAKRABARTY, Dipesh. *Provincializing Europe: postcolonial thought and historical difference*. Princeton, NJ; Oxford: Princeton University Press, 2000.
- GOODY, Jack. *The East in the West*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- GOODY, Jack. *The Theft of History*, Cambridge University Press: Cambridge, 2006.
- SAID, Edward W. *Orientalism*. London: Penguin Books, 2003.
- ÇELIK, Zeynep. (1992), *Displaying the orient: architecture of islam at nineteenth-century world's fairs*. Berkeley, Los Angeles, Oxford: University of California Press.
- BROWNELL, Susan. (2008). *The 1904 Anthropology Days and Olympic Games: Sport, Race, and American Imperialism*. Lincoln and London: University of Nebraska Press
- TOMLINSON, Alan. (2014), *FIFA: the men, the myths and the money*. New York: Routledge.

Tema 2: Aproximações conceituais

- DEBORD, Guy. (1997). *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- MACALOON, John J. (2006). "The Theory of Spectacle: Reviewing Olympic Ethnography." In: Tomlinson, Alan; Young, Christopher. *National Identity and global sports events: culture, politics and spectacle in the olympics and the football World Cup*. New York: State University of New York Press.
- DAYAN, D. (2008). Beyond Media Events: Disenchantment, Derailment, Disruption. In M. Price, & D. Dayan, *Owning the Olympics: Narratives of the New China*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- DAYAN, D., & Katz, E. (1994). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge and London: Harvard University Press.
- KANG, J., & TRAGANOU, J. (2011). The Beijing National Stadium as Media-space. *Design and Culture*, 3 (2), 145-163.
- KELLNER, Douglas. (2003), "Media Culture and the triumph of the spectacle," in *Media Spectacle*: London: Routledge.

Tema 3: megaeventos na modernidade-mundo

- ROCHE, Maurice. (2000), *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. London: Routledge.



HORNE, John. (2006), *Sport in Consumer Culture*. New York: Palgrave.

Tema 4: O Brasil na rota dos megaeventos

OLIVEIRA, Nelma Gusmão. (2015). *O poder dos jogos e os jogos de poder: interesses em campo na produção da cidade para o espetáculo esportivo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ

SÁNCHEZ, Fernanda et al. (2014) *A Copa do Mundo e as cidades: políticas, projetos e resistências*. Niterói: Editora da UFF.

DAMO, Arlei Sander & OLIVEN, Ruben George. (2014). *Megaeventos esportivos no Brasil: um olhar antropológico*. Campinas: Armazem do Ipê.

MOLINA, Fabio Silveira. (2015), *Megaeventos e produção do espaço urbano*. São Paulo: Annablume.