

RESUMO

O presente estudo pretende demonstrar a relação explícita entre turismo e publicidade, através de discussões pertinentes como cultura e globalização, passando pelos conceitos essenciais de Marketing e mercado, além de comentários sobre a sociedade de consumo e aplicação de conceitos antropológicos, como o totemismo e o mito. Estuda-se também como o imaginário e as representações simbólicas agem no desenvolvimento e no entendimento da propaganda publicitária. Esses conceitos serão aplicados no presente trabalho através da análise de propagandas veiculadas na revista Viagem e Turismo nos meses de Maio e Junho.

PALAVRAS CHAVES

Turismo, Publicidade, Globalização, Cultura, Marketing Turístico, Imaginário e Representações.