

REFLEXIÓN CRÍTICA SOBRE EL CONSUMO TURÍSTICO

Celia Guzmán Hernández
Martha Garduño Mendoza
Lilia Zizumbo Villarreal
UAEM, Toluca – México

El fenómeno del consumo y su inserción en el mundo globalizado ha permitido la construcción de estudios y esquemas ideológicos en distintas áreas del conocimiento ya que esta acción humana es una constante en cualquier sociedad. Actualmente el trinomio turismo, medios de comunicación y consumo, estructuran una actividad mercantil, donde la industria cultural revoluciona al mundo de la cultura, subordinando al consumo turístico para establecer la expansión y hegemonía de la clase empresarial de las grandes inversiones del turismo.

PALABRAS CLAVE: industria cultural, consumo turístico, bienes culturales y hegemonía