

## DISCUSSÃO ATUAL SOBRE O TEMA SOUVENIR GASTRONÔMICO NO TURISMO: REVISÃO DE LITERATURA

Anaís Kovaleski, Heloisa de Miranda Coutinho, Graziela Scalise Horodyski

Anaís Kovaleski - Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Heloisa de Miranda Coutinho - Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná, Especialista em Gestão Comercial pela Fundação Getúlio Vargas. Bacharel em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Graziela Scalise Horodyski - Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí e Professora do Departamento de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Resumo: Os souvenirs gastronômicos são produtos derivados de alimentos ou bebidas, adquiridos pelos turistas, que traz a identidade do destino/local visitado, estão diretamente relacionados à atividade turística, e seu consumo é influenciado pela experiência vivida nos lugares de um destino turístico. Segundo Horodyski et al. (2014), com base em outros autores, o souvenir gastronômico deve considerar cinco elementos que compõe as suas características principais: Alimentos e Bebidas, Identificação, Embalagem, Transporte e Identidade. Neste estudo, busca-se analisar a produção científica atual sobre o tema souvenir gastronômico, tendo como recorte os artigos e publicações em eventos buscados nas bases de dados Scopus, Publicações em turismo, Spell, Science Direct, Portal Capes, Scielo e Google Acadêmico. A metodologia escolhida para o presente estudo foi a pesquisa bibliográfica e o Methodi Ordinatio, que busca uma forma organizada de revisão de literatura sobre um tema específico, neste método busca-se primeiramente os artigos e publicações em sites de base de dados e depois utiliza-se os programas Zotero e JabRef, gerenciador bibliográfico e de referências. Totalizaram-se cinco artigos científicos e quatro trabalhos publicados em eventos, para coleta e análise dos dados neles encontrados. Como resultado, pode-se afirmar que há pouca produção científica sobre o tema e, que iniciou a partir desde 2014, sendo portanto publicações recentes, e tem como principais abordagens: o consumo/comportamento do turista em relação ao souvenir gastronômico; a oferta dos produtos souvenirs gastronômicos; a relação do produto como souvenir gastronômico; a relação entre economia criativa e souvenir gastronômico e os elementos da geodiversidade tornando-se souvenirs gastronômicos um diferencial aos Geoparks.

Palavras-chave: Palavras-chave: Turismo; Souvenir Gastronômico; Revisão de Literatura

Referências: Altintzoglou, T., Heide, M., & Borch, T. 2016. Food souvenirs: buying behaviour of tourists in Norway. *British Food Journal*. Cohen, S.A., Prayag, G., Moital, M. (2014). *Consumer Behaviour in Tourism: Key concepts, influences and opportunities*. *Current Issues in Tourism*, 2014. (no prelo) Freire-Medeiros, B.; Castro, C. A cidade e seus souvenirs: O Rio de Janeiro para o turista ter. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. V. 1, n. 1, p.34053, set. 2007. Gândara, J. M. G.; Mendes, J.; Moital, M.; Ribeiro, F. N. S.; Souza, I. J.; Goulart, L. A. A qualidade da experiência na visitação dos destinos turísticos. In: BENI, M. *Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão - desenvolvimento regional, rede de produção e cluster*. São Paulo: ed. Manole, 2012. Hazman-Wong, N.F.S., & Sumarjan, N. 2015. The potentiality of food as a tourism souvenir product. *Innovation and Best Practices in Hospitality and Tourism Research*. Hitchcock, M. *Souvenirs, Cultural Heritage and Development*. *Cultural Heritage, Man and Tourism: Report of the Asia-Europe Seminar Hanoi (Vietnam) 5-7 November*, p. 71-80, 2001. Horodyski, G. S. O consumo na experiência turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR. 2014. Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Geografia. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR. Horodyski, G.S., Manosso, F.C, Bizinelli, C., & Gândara, J.M. 2014. Souvenirs Gastronômicos como Lembranças de Viagem: um estudo de caso em Curitiba - Brasil. *Via@ - Revista Internacional e Interdisciplinar de Turismo*. Horodyski, G. S.; Manosso, F.C; Gândara, J.M.G. O consumo de souvenirs e a experiência turística em Curitiba (PR). *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p.323-342, dez. 2012. Horodyski, G. S.; Manosso, F.C; Gândara, J.M.G. A Pesquisa Narrativa na Investigação das Experiências Turísticas Relacionadas ao Consumo de Souvenirs: uma abordagem fenomenológica. *Turismo em Análise*. V. 25, n. 1, abril 2014. Kim, S.; Littrell, M.A., 2001 *Souvenirs Buying Intentions for Self Versus Others*. *Annals of Tourism Research*, v.28 (03). Lee, K.H., Huang, T.C., 2008, *The Innovational E-Commerce Model for Retailing Food Souvenir Products*. *Anais do CAUTHE 2008 Conference*. Gold Coast, Australia. Lehto, X.Y., Cai, L.A. O'Leary J.T., Huan, Tzung-Cheng, 2004, *Tourist shopping preferences and expenditure behaviors: The case of the Taiwanese outbound market*. *Journal of Vacation Marketing*, 10: 320. Lin, L. 2015. *Food souvenirs as gifts: tourist perspectives and their motivational basis in Chinese culture*. *Journal of Tourism and Cultural Change*. Lin, L. and Mao, P.C. 2015. *Food for memories and culture - A content analysis study of food specialties and souvenirs*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Machado, P.S. & Siqueira, E.D. *Turismo, Consumo e Cultura: significados e usos sociais do souvenir em Petrópolis-RJ*. *Revista Contemporânea*. No10, v.1, 2008. Medeiros, M., Horodyski, G.S., & Passador, J.L. 2017. *Souvenirs gastronômicos na percepção do turista: o caso do queijo minas artesanal do serro*. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo - RBTUR*. Medeiros, M., Horodyski, G.S., & Passador, J.L. 2016. "Vai um quejím?": Análise do queijo minas artesanal do Serro como souvenir gastronômico. *Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR*. Mitchel, M.; Orwig, R., 2002, *Consumer Experience Tourism and Brand Bonding*. *Journal of Product & Brand Management*. Vol.11 (01). Norrild, J., 2004, *El Mate como Souvenir Turístico en Argentina - su identidad funcional y ornamental*. In: Maronese, L. (org). *La Artesanía Urbana como Patrimônio Cultural*. Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires. Pagani, R.N., Kovaleski, J.L. & Resende, L.M. (2015). *Methodi Ordinatio: a proposed methodology to*

select and rank relevant scientific papers encompassing the impact factor, number of citation, and year of publication. *Scientometrics* Volume 105. Paula, T.M., Mecca, M.S., & Gastal, S.A. 2015. Interfaces entre as características da Economia Criativa brasileira e a produção do souvenir gastronômico. Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. Paula, T.M., & Mecca, M.S. 2015. Interfaces entre os sujeitos presentes na rede da Economia Criativa: o caso da produção e comercialização do souvenir gastronômico. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul - VIII Semintur. Santos, C. A. J. A Produção e o Consumo de Espaços Turísticos. Coloquio Internacional de Geocrítica. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2007. Shen, M.J., 2011, The Effects of Globalized Authenticity on Souvenirs. *International Journal of Innovative, Management, Information & Production*. V.2(01). Swanson, K. K., & Horridge, P. E. (2002). Tourists' souvenir purchase behavior and retailers' awareness of tourists' purchase behavior in the southwest. *Clothing and Textiles Research Journal*, 20(2), 62-76. Swanson, K., 2004, Tourist's and Retailer's Perceptions of Souvenirs. *Journal of Vacation Marketing*. V. 363 (10). Swarbrooke, J.; Horner, S. O Comportamento do Consumidor no Turismo. São Paulo: ed. Aleph, 2002. Vale, T.F., Moreira, J.C., & Horodyski, G.S. 2014. Geo-Food: Uma nova perspectiva de preservação do patrimônio geológico. *Economia e criatividade: Arranjos e práticas sociais do Turismo - XIII ENTBL*. Yüksel, A. Tourist Shopping Habitat: effects on emotions, shopping value and behaviors. *Revista Tourism Management*. Vol. 28, 2007.