

XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
19 a 21 de setembro de 2018 – São Paulo/SP

A dádiva do *souvenir* turístico

Renata Silva Santos Camargo¹
Leila de Assis Cobuci²

Resumo

A realização de uma viagem implica, necessariamente, consumo: de um meio de transporte, de alojamento, de alimentação e, muitas vezes, de lembranças! Estas, são permeadas por aspectos intangíveis, ligadas às memórias e emoções dos indivíduos, no entanto, têm no *souvenir* turístico sua possibilidade de materialização. Fruto de uma tese de doutorado, o artigo busca uma reflexão sobre os significados atribuídos aos *souvenirs* para sua aquisição. Entendendo o consumo como um ato social dotado de significado, que não se restringe apenas à circulação de bens, avança-se pela pista deixada pela teoria maussiana, segundo a qual a dádiva, isto é, o ato de dar, receber e retribuir, constitui-se em uma intrincada rede de dons e contradons, além da compreensão de que os objetos são usados em relacionamentos e permeiam vínculos gerados, constituindo-se em instrumentos de manutenção de laços sociais. A metodologia escolhida para o presente trabalho tem uma abordagem qualitativa, de forma a valorizar a subjetividade e buscando uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais do objeto pesquisado. A aquisição de *souvenirs* na cidade de Tiradentes-MG foi o campo de significados observado. O desenvolvimento do trabalho se deu por meio de pesquisa de campo. Como resultado, pode-se afirmar que dar e receber *souvenirs* é uma realidade para os indivíduos que constituíram este objeto de pesquisa. É uma prática caracterizada não pela funcionalidade ou utilidade dos objetos, mas sim pelas emoções, valores, visões de mundo e vínculos que se estabelece e se nutre. Sendo o *souvenir* um componente de estreita ligação com a atividade turística e, considerando que, no Brasil, os estudos sobre este objeto são pontuais, compreende-se que há um campo de pesquisas sobre os *souvenirs* turísticos para ser explorado, havendo ainda muito a se considerar sobre suas representações sociais no contexto da experiência turística.

Palavras-chave: Souvenir; Turismo; Dádiva; Consumo; Lembrança.

¹ Doutora em Ciências Sociais, Mestre em Hospitalidade. Professora efetiva do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8525152084771557>. E-mail: renata.camargo@ifsudestemg.edu.br

² Mestre em Turismo pela Universidade de Aveiro. Professora na Faculdade de Tecnologia SENAC Minas – Unidade Barbacena, Minas Gerais, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0070890687304558>. E-mail: lcobuci@gmail.com