XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Consumo de *souvenirs:* o perfil dos visitantes na cidade de Tiradentes - MG

Gabriela Oliveira Rodrigues[1]
Leila de Assis Cobuci[2]
Renata Silva Santos Camargo[3]

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar as principais características dos consumidores de *souvenirs* turísticos na cidade de Tiradentes – MG. Comercializados como lembranças de viagens, os *souvenirs* são objetos de estudo relevantes, uma vez que, de modo natural, compõem a paisagem dos mais diversos destinos turísticos. No entanto, não muito se conhece sobre o perfil daqueles que adquirem esses objetos. A metodologia adotada para dar resposta aos objetivos da investigação tem por base uma pesquisa bibliográfica que abarca os temas *souvenirs* turísticos, o perfil e o comportamento do consumidor. Foi realizada uma aplicação de questionários, feita nos meses de janeiro e março de 2019, com vistas a compreensão do perfil daqueles que visitam o município e seus hábitos de compra em relação ao *souvenir* turístico. A escolha da cidade de Tiradentes – MG como campo de estudo se relaciona à relevância do município em termos de visitação turística e da projeção da região no cenário de turismo nacional, além do fato de que, na cidade, o turista encontra uma infinidade de peças e produtos que compõem a paisagem dos estabelecimentos comerciais do município. Os resultados obtidos através da análise das respostas a esse questionário permitiram-nos identificar de modo exploratório, o perfil dos consumidores de *souvenirs* turísticos em relação aos aspectos socioeconômicos, demográficos, bem como os significados atribuídos à compra. Os resultados mostram que, no universo da pesquisa, a aquisição de lembranças de viagem é comum e significativa e permeada de aspectos simbólicos, afinal, o sentido atribuído não apenas aos objetos adquiridos, mas às razões de compra, são dados pelos diversos sujeitos, de acordo com suas percepções.Considerando que, no Brasil, os estudos sobre o objeto são pontuais, compreende se que há um campo de pesquisas sobre os *souvenirs* turísticos para ser explorado, havendo ainda necessidade de entender melhor as representações sociais dos *souvenirs* no contexto da experiência turística, assim como inúmeras possibilidades de estudos sobre esses objetos, o que valida e justifica a relevância da pesquisa aqui proposta, observando-se, portanto, que a mesma pode contribuir para o acréscimo e avanço no conhecimento do tema.

Palavras-chave: *Souvenir*; Turismo; Comportamento do Consumidor; Perfil de visitantes.

[1] Graduanda em Gestão de Turismo. Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais – *campus* Barbacena. Lattes: http://lattes.cnpq.br/8380383517469218. E-mail: gabypaolucci65@gmail.com

[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. Email: lcobuci@gmail.com

[3] Doutora em Ciências Sociais, Mestre em Hospitalidade. Professora efetiva do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais – *campus* Barbacena. Lattes: http://lattes.cnpq.br/8525152084771557. E-mail: renata.camargo@ifsudestemg.edu.br