

EL SOUVENIR ARTESANAL Y LA PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DEL LUGAR TURÍSTICO

Carolina Iuva de Mello
Universidad Federal de Santa Maria
Santa Maria/RS – Brasil
Caroline Ciliane Ceretta
Universidad Federal de Pelotas
Pelotas/RS - Brasil

Los modos de hacer local y su historia forman parte de los productos locales y son cada vez más valorados por los consumidores, además de servir de apoyo a la conservación del patrimonio histórico-cultural de los territorios. Dichos aspectos resultan fundamentales en la posmodernidad debido al crecimiento de la demanda de bienes simbólicos y de identidad cultural. Así, las artesanías locales dan autenticidad y consolidan la imagen de un destino turístico. Este artículo intenta analizar el rol del souvenir artesanal de base identitaria como un producto capaz de impulsar el consumo simbólico de un lugar turístico. Específicamente, se busca investigar el uso de la palabra souvenir en los artículos del sistema Web of Science del índice de citas ISI Citation Index; presentar el aporte teórico de territorio, patrimonio y turismo como dinámicas del artesanado; y verificar la relación entre el souvenir y la actividad turística en la promoción de destinos. Se observa que la relación entre la autenticidad de las artesanías y el turismo son aliados en la búsqueda de ingresos y en la valoración de los atributos vinculados al territorio para dinamizar el desarrollo. También se observó que la valorización del souvenir artesanal como producto indicador cultural es capaz de contribuir al desarrollo de los destinos que eligen el turismo como alternativa de promoción de la imagen.

PALABRAS CLAVE: Souvenir, autenticidad, imagen, destino turístico, desarrollo.