

010

ME DÊ UM TOQUE NESTE NATAL: UMA ANÁLISE DA DÁDIVA NO NATAL ATRAVÉS DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DE TELEFONES CELULARES. *Henrique Lemes da Silva, Ruben George Oliven (orient.) (UFRGS).*

Conceituando o Natal como a data de maior movimentação do comércio, examina-se a existência da dádiva numa sociedade que privilegia o relacionamento entre indivíduos e coisas, ficando a relação entre pessoas relegada principalmente à esfera do parentesco. O Natal é uma celebração essencialmente familiar, onde a dádiva exerceria papel de manutenção dos vínculos afetivos. Através de uma análise de anúncios publicitários de telefones celulares, veiculados no jornal Zero Hora no período que antecede o Natal, propõem-se um paralelo com o que Marcel Mauss chamou de *dom*: o celular apareceria, nesses anúncios, como um “meio de trocas”. Além de servir na troca de presentes, o celular, como um *meio de comunicação*, é capaz de, teoricamente, manter a ligação entre as pessoas que efetuaram o *dar*, *receber* e *retribuir*. É certo que, na sociedade deste início de século XXI, as trocas com fins essencialmente comerciais se sobrepõem às demais. Mas no Natal essas simples trocas de mercadorias dariam lugar à dádiva, que contribui para a manutenção de vínculos e relações sociais. (PIBIC).