

**Consumo Socialmente Responsável, Influência Social e Hábitos Alimentares
do Turista: Fatores de influência na intenção de visita a um destino
ecogastronômico**

Elisângela de Farias¹
Marconi Freitas da Costa²
Adrielly Souza Silva³

RESUMO:

O comportamento consumidor vem se modificando de forma constante ao longo dos anos, sobretudo em questões socioambientais. Neste contexto, é importante se evidenciar a preocupação dos indivíduos com a qualidade socioambiental do que consomem. Diante disto, os alimentos não estão alheios a este cenário, em especial quando seus atributos ligados à sustentabilidade e promoção de localidades que evidenciem particularidades de desenvolvimento regional, tornando-se um possível fomentador destas localidades. Neste cenário, o *slow food*, possui um potencial elo viabilizando este local através da ecogastronomia. Essa inserção age como contrapondo dos atuais modelos do turismo convencional, agregando ética, prazer e o interesse pela cultura gastronômica, de modo a apoiar modelos agrícolas mais saudáveis e sustentáveis. Não deixando de lado influências advindas de interações sociais, pressupondo que este seja também, um motivador de interesse que pode vir a fomentar uma localidade. Diante do exposto, este estudo objetivou mensurar de que maneira a intenção de visitar destinos ecogastronômicos poderia ser influenciada pelo

¹ Mestranda em Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE. Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/6963029593114606> E-mail: elisa_ic2@hotmail.com

² Professor Doutor, PROPAD Vice Coordenador PPGCIC, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE. Brasil. Currículo <http://lattes.cnpq.br/7359522003689133>. E-mail: marconi_costa@hotmail.com

³ Mestre em Hotelaria e Turismo. Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE. Brasil. Currículo <http://lattes.cnpq.br/8089169262525263>. E-mail: dellysouzas@gmail.com

consumo socialmente responsável, influência social e hábitos alimentares. Para tanto, sua natureza foi quantitativa e a estratégia de pesquisa utilizada foi o *survey online*. Os dados, por sua vez, foram tratados por meio da Modelagem de Equações Estruturais (MEE). Em linhas gerais, os resultados demonstram que a demanda constituinte deste potencial segmento turístico parece não ter como base os hábitos de consumo socio e ambientalmente responsáveis, ao mesmo tempo em que não baseia as suas decisões nas opiniões e normativas sociais. Também foi percebido que os consumidores potenciais costumam ser indiferentes com o aspecto alimentício na formulação do seu interesse de visita. Os resultados elementares deste trabalho apontam para algumas contribuições acadêmicas e gerenciais. Para a academia, destaca que, muito embora existam relações teóricas entre os construtos averiguados, não há consistência entre eles diante do contexto de destinos ecogastronômicos. Fomenta, assim, a discussão de que alguns modelos alternativos e sustentáveis da atividade turística são, na verdade, mais uma oportunidade hedônica.

Palavras-chave: Ecogastronomia, Consumo Socialmente Responsável, Influência Social, Hábitos Alimentares do Turista.