

MOTIVACIÓN HEDÓNICA, MOTIVACIÓN EUDAIMÓNICA Y APEGO AL LUGAR

Un estudio en el Festival Cultura y Gastronomía de Tiradentes - Brasil

Sâmara Borges Macedo
Marlusa de Sevilha Gosling
Universidade Federal de Minas Gerais
Belo Horizonte, Brasil

Con el turismo gastronómico se relacionan experiencias diferenciadas, status, simbolismo, además de desarrollo local y regional. Este tipo de turismo puede ser fomentado a través de los festivales gastronómicos. En este contexto se hace menester considerar que la experiencia podrá variar de acuerdo con la percepción de cada individuo, o sea que la misma experiencia puede ser percibida por diversos prismas. Lo mismo ocurre con las motivaciones a la participación en eventos gastronómicos que varían de persona a persona y pueden sufrir influencias de factores internos y externos. Otras motivaciones pueden ser la búsqueda de hedonismo y eudaimonismo y el apego al lugar, también conocido como place attachment. Con el fin de comprender el contexto del turismo gastronómico y las motivaciones a la participación en festivales de ese tipo, se realizó un estudio en el vigésimo Festival Cultura y Gastronomía de Tiradentes, considerado el mayor festival gastronómico de Brasil. Así, fue posible caracterizar el festival bajo la óptica de la organización e investigar qué motivaciones tienen los turistas de un evento gastronómico tradicional para participar del mismo y cómo influye el place attachment (apego al lugar) en la elección del destino.

PALABRAS CLAVE: Hedonismo, eudaimonismo, apego al lugar, motivación, festival gastronómico.