

Configurações da hospitalidade territorial na experiência gastronômica de um destino turístico: Serra da Canastra

Configurations of territorial hospitality in the gastronomic experience of a tourist destination: Serra da Canastra

Configuraciones de la hospitalidad territorial en la experiencia gastronómica de un destino turístico: Serra da Canastra

Recebido: 05/11/2025 | Revisado: 13/11/2025 | Aceitado: 14/11/2025 | Publicado: 16/11/2025

Carlos Alberto Alves

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2260-5580>
Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
E-mail: calves761@gmail.com

Resumo

O presente estudo tem como objetivo compreender as combinações de condições que constituem a hospitalidade territorial na região, contribuindo para ampliar o entendimento da hospitalidade como prática cultural, relacional e situada, reforçando seu papel na construção de destinos turísticos sustentáveis e enraizados em seus territórios. Adotou-se a abordagem qualitativa-comparativa, com aplicação da técnica *Qualitative Comparative Analysis* (QCA), na variante *crisp-set* (csQCA), apropriada para identificar múltiplas configurações causais com base em dados qualitativos binarizados. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, observação direta e análise documental, priorizando restaurantes com vínculos explícitos com o território, cultura e sustentabilidade. Os resultados revelaram que a experiência turística autêntica depende da combinação entre condições socioculturais e práticas institucionais. A hospitalidade relacional, a valorização da cultura alimentar local, a presença de *storytelling*, o uso de ingredientes regionais e as práticas sustentáveis constituem fatores sinérgicos que reforçam a autenticidade percebida e a imagem do destino como “lugar vivido”. A limitação principal reside na amostra reduzida e na delimitação territorial à Serra da Canastra, o que restringe a generalização dos resultados. No entanto, a abordagem configuracional contribui para ampliar o escopo teórico da hospitalidade no turismo, propondo uma visão relacional e territorializada do fenômeno.

Palavras-chave: Destino turístico; Hospitalidade territorial; Gastronomia identitária; Sustentabilidade; Experiência autêntica.

Abstract

This study aims to understand the combinations of conditions that constitute territorial hospitality in the region, contributing to broaden the understanding of hospitality as a cultural, relational, and situated practice, reinforcing its role in the construction of sustainable tourist destinations that are rooted in their territories. A qualitative-comparative approach was adopted, applying the Qualitative Comparative Analysis (QCA) method, specifically the crisp-set variant (csQCA), suitable for identifying multiple causal configurations based on binarized qualitative data. Data was collected through semi-structured interviews, direct observation, and document analysis, prioritizing restaurants with explicit connections to territory, culture, and sustainability. The findings revealed that authentic tourist experiences depend on the combination of sociocultural conditions and institutional practices. Relational hospitality, appreciation of local food culture, the presence of storytelling, use of regional ingredients, and sustainable practices are synergistic factors that enhance the perceived authenticity and the image of the destination as a “lived place.” The main limitation lies in the small sample size and the territorial focus on Serra da Canastra, which restricts generalization. Nevertheless, the configurational approach contributes to broadening the theoretical scope of hospitality in tourism by proposing a relational and territorialized understanding of the phenomenon.

Keywords: Tourist destination; Territorial hospitality; Identity-based gastronomy; Sustainability; Authentic experience.

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo comprender las combinaciones de condiciones que constituyen la hospitalidad territorial en la región, contribuyendo a ampliar la comprensión de la hospitalidad como una práctica cultural, relacional y situada, reforzando su papel en la construcción de destinos turísticos sostenibles y arraigados en sus territorios. Se

adoptó un enfoque cualitativo-comparativo, aplicando la técnica de Análisis Comparativo Cualitativo (QCA), en su variante *crisp-set* (csQCA), adecuada para identificar múltiples configuraciones causales basadas en datos cualitativos binarizados. La recolección de datos se realizó mediante entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis documental, priorizando restaurantes con vínculos explícitos con el territorio, la cultura y la sostenibilidad. Los resultados revelaron que la experiencia turística auténtica depende de la combinación de condiciones socioculturales y prácticas institucionales. La hospitalidad relacional, la valorización de la cultura alimentaria local, la presencia de narrativas (*storytelling*), el uso de ingredientes regionales y las prácticas sostenibles son factores sinérgicos que refuerzan la autenticidad percibida y la imagen del destino como “lugar vivido”. La principal limitación reside en el tamaño reducido de la muestra y en la delimitación territorial a la Serra da Canastra, lo que restringe la generalización de los resultados. No obstante, el enfoque configuracional contribuye a ampliar el alcance teórico de la hospitalidad en el turismo, proponiendo una visión relacional y territorializada del fenómeno.

Palabras clave: Destino turístico; Hospitalidad territorial; Gastronomía identitaria; Sostenibilidad; Experiencia auténtica.

1. Introdução

A Serra da Canastra, localizada no sudoeste de Minas Gerais, destaca-se como destino brasileiro de ecoturismo, caracterizado pela forte integração entre natureza, cultura e modos de vida rurais. A experiência turística na região ultrapassa a contemplação da paisagem, envolvendo relações de sociabilidade e acolhimento que se expressam em espaços como restaurantes, cafés e cozinhas comunitárias. Nesse contexto, a hospitalidade é vivenciada como prática cultural situada, mediada por encontros humanos, trocas simbólicas e vínculos afetivos que articulam território, identidade e memória (Lashley, 2015; Tuan, 1977). Assim, comer na Canastra não é apenas uma atividade funcional, mas um ato cultural que envolve pertencimento e reconhecimento do lugar.

A gastronomia regional é um dos pilares da atratividade turística da Canastra, pois mobiliza saberes alimentares, produção artesanal e tradições familiares vinculadas ao território. Produtos como o queijo Canastra, hortaliças de quintais, carnes de criação local e receitas transmitidas entre gerações incorporam valores como autenticidade, memória e continuidade cultural (Paciulli et al., 2024). Ao transformar esses elementos em experiência sensorial e relacional, os restaurantes atuam como mediadores culturais, traduzindo o território em narrativa vivida e compartilhada entre anfitriões e visitantes (Aguiar & Melo, 2020). Desse modo, a gastronomia funciona como linguagem identitária que reforça pertencimento e contribui para a construção da imagem do destino (Hjalager & Richards, 2002; Kivela & Crofts, 2005).

Entretanto, a região enfrenta tensões contemporâneas associadas ao aumento do fluxo turístico, à conservação ambiental e à preservação dos modos de vida locais. Nesse cenário, práticas de sustentabilidade tornam-se elementos estratégicos, integrando dimensões culturais, produtivas e relacionais (Everett & Aitchison, 2008; Sims, 2009). A hospitalidade territorial emerge, assim, como perspectiva que articula acolhimento, cuidado e identidade coletiva, reconhecendo que receber o visitante implica responsabilidade sobre o território e sobre as relações que nele se constituem (Lashley, 2015).

Apesar disso, a literatura ainda tende a abordar restaurantes sob perspectivas predominantemente operacionais ou gerenciais, deixando em segundo plano sua função sociocultural e seu papel na mediação das relações entre território, comunidade e visitante. Há lacunas especialmente no entendimento de como diferentes práticas, tais como acolhimento relacional, valorização da cultura local, uso de ingredientes territoriais, sustentabilidade e *storytelling*, se combinam para gerar experiências turísticas percebidas como autênticas e enraizadas.

Reconhecer que tais práticas não atuam isoladamente, mas em configuração, exige uma abordagem capaz de analisar múltiplas combinações causais. Nesse sentido, a *Qualitative Comparative Analysis* (QCA), na variante *crisp-set* (csQCA), permite identificar padrões configuracionais que expliquem a experiência turística como resultado de diferentes arranjos entre condições culturais, relacionais e ambientais (Ragin, 2009; Schneider & Wagemann, 2012).

Diante disso, este estudo parte da seguinte pergunta configuracional de pesquisa: Quais configurações entre

hospitalidade relacional, identidade territorial, uso de gastronomia local, práticas sustentáveis e narrativa cultural são suficientes para produzir experiências turísticas autênticas em restaurantes da Serra da Canastra?

O objetivo é compreender as combinações de condições que constituem a hospitalidade territorial na região, contribuindo para ampliar o entendimento da hospitalidade como prática cultural, relacional e situada, reforçando seu papel na construção de destinos turísticos sustentáveis e enraizados em seus territórios.

O artigo contribui para ampliar o debate sobre a hospitalidade no turismo ao reconhecê-la como prática relacional e cultural, e não apenas operacional, destacando seu papel estratégico na construção de destinos turísticos sustentáveis.

2. Metodologia

2.1 Abordagem Geral

Este estudo adota uma abordagem qualitativa-comparativa, fundamentada na *Qualitative Comparative Analysis* (QCA), com aplicação da variante *crisp-set* QCA (csQCA). A QCA tem se destacado como uma técnica adequada para análises configuracionais, permitindo identificar múltiplas combinações causais (Ragin, 2009). Trata-se de um método particularmente útil quando se busca compreender a complexidade de fenômenos sociais com amostras de tamanho reduzido e com variáveis qualitativas codificadas de forma binária (Schneider & Wagemann, 2012). A opção por essa abordagem decorre do objetivo de compreender como diferentes combinações de condições relacionadas à hospitalidade territorial, identidade local e sustentabilidade contribuem para a construção da experiência turística autêntica em restaurantes localizados na Serra da Canastra.

A QCA situa-se em um espaço metodológico intermediário entre o estudo de caso qualitativo e as análises quantitativas, permitindo explorar padrões configuracionais que emergem de um número moderado de casos, sem reduzir o fenômeno à lógica probabilística. Conforme afirma Ragin (2009), a QCA busca identificar configurações causais, reconhecendo que diferentes caminhos podem levar ao mesmo resultado (princípio da equifinalidade). Assim, a experiência turística autêntica é compreendida não como efeito de um único fator isolado, mas como resultado da combinação entre condições culturais, relacionais e práticas sustentáveis.

Além disso, a perspectiva qualitativa é mantida na coleta e interpretação dos dados, alinhada à compreensão de hospitalidade como prática social situada (Lashley, 2015) e de território como espaço vivido e relacional (Tuan, 1977).

2.2 Coleta de Dados

A coleta de dados foi conduzida de forma a permitir uma compreensão ampla e contextualizada das práticas de hospitalidade territorial nos restaurantes da Serra da Canastra, adotando uma estratégia de triangulação de fontes, conforme recomendam Flick (2022) e Denzin (2017). A unidade de análise considerada foram restaurantes que atendem visitantes no contexto turístico da região, selecionados por sua relevância cultural, distinção gastronômica e inserção no circuito de ecoturismo local. A seleção se deu por critérios teórico-intencionais, priorizando estabelecimentos que evidenciam, de modo mais ou menos explícito, vínculos com a identidade territorial, práticas sustentáveis e formas particulares de acolhimento.

A principal técnica de coleta consistiu em entrevistas semiestruturadas, realizadas com diferentes atores envolvidos nas relações de hospitalidade, incluindo gestores e proprietários, responsáveis pelas decisões estratégicas e pela construção narrativa dos restaurantes; funcionários que atuam diretamente na relação cotidiana com os turistas, possibilitando observar a dimensão relacional e performática do acolhimento; e turistas, cujas percepções e relatos permitiram acessar a experiência vivida, a sensação de pertencimento e o reconhecimento (ou não) de autenticidade na interação com o território. As entrevistas foram conduzidas de maneira flexível, respeitando a singularidade da fala de cada participante, e registradas mediante consentimento.

Como forma complementar, foi realizada observação direta em campo, com registro sistemático em diário de pesquisa.

Essa etapa permitiu captar dimensões não discursivas da hospitalidade, tais como gestos, atmosferas, contatos visuais, formas de interação social, arranjos espaciais, símbolos culturais e rituais de serviço que estruturam a experiência. A observação também possibilitou identificar elementos contextuais que não costumam emergir espontaneamente na fala dos entrevistados.

Por fim, procedeu-se à análise de materiais documentais e comunicacionais, incluindo cardápios, sinalizações, material gráfico, perfis em redes sociais e narrativas institucionais. Esses materiais foram mobilizados como forma de compreender como os restaurantes se apresentam ao turista e como constroem discursivamente sua relação com o território, a cultura local e a sustentabilidade. A integração entre entrevistas, observação e documentos viabilizou uma abordagem interpretativa consistente e coerente com os objetivos da pesquisa, permitindo captar tanto as práticas quanto os significados atribuídos à hospitalidade territorial.

2.3 Definição das Condições e do Resultado

A análise comparativa foi estruturada a partir de cinco condições (variáveis), definidas com base na literatura e ajustadas a partir dos dados empíricos. Cada condição foi calibrada no formato *crisp-set* (0/1), conforme recomendado por Ragin (2009) e Schneider and Wagemann (2012), as informações podem ser visualizadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Definição das Condições e do Resultado da Análise (csQCA).

Código	Condição (X)	Critério de Codificação Crisp-Set (0/1)
HOSP_REL	Hospitalidade relacional	1 = acolhimento personalizado; 0 = atendimento impessoal
ID_TERRIT	Identidade territorial expressa	1 = uso explícito de elementos culturais da Canastra; 0 = ausência
GAST_LOC	Uso de gastronomia local / produtor local	1 = ingredientes regionais/queijo Canastra IGP como base; 0 = uso predominante de insumos externos
SUST_PRAT	Práticas sustentáveis institucionais	1 = práticas contínuas (gestão de resíduos/compras locais/etc.); 0 = ações pontuais ou inexistentes
NARR_CULT	Storytelling e narrativa cultural	1 = narrativa explícita sobre território, família, modo de vida; 0 = ausência de narrativa

Fonte: Autoria própria (2025).

2.4 Análise com o QCA

A etapa analítica envolverá a construção de uma matriz verdade, considerando todas as possíveis combinações entre as condições causais. Em seguida, os dados serão processados utilizando o software fsQCA (Ragin, 2009), para identificação de configurações causais suficientes e/ou necessárias para o resultado desejado.

O processo seguiu as etapas sugeridas por Schneider and Wagemann (2012): Codificação binária de todas as condições e do resultado; Elaboração da tabela de casos, representando a matriz de condições; Análise de consistência e cobertura, visando validar a robustez das soluções encontradas; e Interpretação das soluções causais, relacionando os achados com a literatura teórica previamente discutida. Este procedimento permitiu identificar configurações múltiplas e equivalentes de causalidade, alinhando-se ao conceito de equifinalidade típico em estudos sociais complexos (Ragin, 2009).

2.5 Considerações Éticas

Em consonância com as diretrizes do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), todas as etapas da pesquisa respeitarão os princípios éticos da autonomia, beneficência e justiça, conforme recomendado pela Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2016). Os participantes serão informados sobre os objetivos do estudo, a voluntariedade da participação e o direito à desistência a qualquer momento, mediante assinatura de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O anonimato e a confidencialidade das informações serão garantidos em todas as fases do estudo.

3. Resultados

3.1 Hospitalidade territorial e destino como “lugar vivido”

A compreensão de um destino turístico como “lugar vivido” envolve reconhecer que o território é mais do que um espaço físico: ele é constituído por relações, memórias, práticas culturais e identidades coletivamente compartilhadas. Segundo Tuan (1977), os lugares emergem da experiência e da afetividade, adquirindo significados que vão além da materialidade. Nesse sentido, a hospitalidade territorial é entendida como a forma pela qual comunidades acolhem visitantes a partir de códigos culturais, simbólicos e sociais que expressam a identidade local. Essa perspectiva rompe com a visão funcionalista da hospitalidade, centrada em serviços e transações, para reconhecê-la como prática relacional e culturalmente situada (Lashley, 2015).

Aplicada ao contexto turístico, a hospitalidade territorial envolve a troca entre o visitante e o anfitrião, mediada por práticas, narrativas e materialidades que comunicam valores e modos de vida do território. Relph (1976) afirma que experiências autênticas dependem do enraizamento simbólico no lugar, permitindo que os visitantes reconheçam singularidades que diferenciam um destino de outro. Nos restaurantes da Serra da Canastra, por exemplo, a experiência de acolhimento não se limita ao atendimento, mas se manifesta na ambiência, no uso de ingredientes locais, nas histórias compartilhadas sobre famílias, tradições e práticas produtivas — elementos que reforçam pertencimento e autenticidade

Além disso, a hospitalidade territorial pode ser compreendida como uma forma de resistência cultural e afirmação identitária frente às dinâmicas de padronização impostas pela turistificação e pela lógica mercantil. Cresswell (2015) destaca que o território é constantemente negociado, e que a manutenção do sentido de lugar depende de práticas que atualizam tradições e modos de relação. No caso da Canastra, restaurantes, produtores e comunidades articulam saberes locais — como o fazer do queijo, os modos de cultivo e a sociabilidade rural — como forma de preservar e comunicar uma memória coletiva, ao mesmo tempo em que constroem valor simbólico para o visitante.

Por fim, reconhecer o destino como lugar vivido na perspectiva da hospitalidade territorial implica compreender o visitante não apenas como consumidor, mas como sujeito que se insere em uma rede de significados compartilhados. A experiência turística torna-se, assim, relacional e participativa, envolvendo processos de co-construção simbólica entre anfitriões e visitantes (Lashley, 2015). Nesse contexto, a gastronomia desempenha papel central, pois constitui uma linguagem cultural capaz de comunicar pertencimento, memória e identidade (Recuero-Virto & Arróspide, 2024)). Os restaurantes da Serra da Canastra, ao valorizarem ingredientes locais, narrativas familiares e modos de produção territorializados, atuam como mediadores culturais que traduzem o território em experiência sensorial e afetiva (Aguiar & Melo, 2020). Dessa forma, a hospitalidade territorial contribui para fortalecer vínculos entre o turista e o lugar, favorecendo experiências percebidas como autênticas e culturalmente enraizadas (Relph, 1976; Tuan, 1977).

3.2 Gastronomia, identidade e imagem do destino

A gastronomia é amplamente reconhecida como um dos elementos centrais na construção da identidade de destinos turísticos, pois articula símbolos, narrativas e práticas culturais que expressam modos de vida locais. Conforme Hjalager and Richards (2002), a alimentação não apenas atende necessidades fisiológicas, mas produz experiências culturais que reforçam laços de pertencimento e autenticidade. No contexto do turismo, pratos, ingredientes, técnicas e rituais de consumo operam como marcadores identitários que permitem ao visitante sentir, provar e interpretar o território. Assim, a gastronomia constitui um vetor de construção da imagem do destino, contribuindo para diferenciá-lo no mercado e para criar experiências singulares capazes de gerar engajamento emocional e simbólico com o lugar (Kivela & Crotts, 2005).

No caso da Serra da Canastra, a gastronomia territorial desempenha papel fundamental ao mobilizar produtos agrícolas

locais, práticas artesanais e saberes familiares que refletem a ruralidade e o patrimônio sociocultural da região. O queijo Canastra, reconhecido por sua Indicação Geográfica, é um dos principais símbolos desse território, pois concentra valores como tradição, autenticidade e memória coletiva (Paciulli et al., 2024). Entretanto, não é apenas o produto em si que expressa identidade, mas o modo de fazê-lo — envolvendo relações comunitárias, regras de produção, transmissão oral de técnicas e vínculos com o território. Dessa forma, os restaurantes que incorporam ingredientes e narrativas locais atuam como "curadores de cultura", promovendo o reconhecimento do destino enquanto espaço significativo (Aguiar & de Melo, 2020).

A imagem do destino, portanto, não se constrói apenas por estratégias promocionais ou discursos institucionais, mas pela experiência vivida que emerge da interação entre visitante, território e cultura alimentar. A autenticidade percebida na gastronomia influencia atitudes, satisfação e intenção de retorno, evidenciando seu poder de encantamento turístico (Recuero-Virto & Arróspide, 2024). Além disso, a valorização da gastronomia local na Canastra contribui para práticas de sustentabilidade sociocultural, pois fortalece economias de base territorial, formas de produção artesanal e redes comunitárias. Assim, o alimento opera como linguagem e mediação cultural, posicionando os restaurantes como espaços privilegiados de expressão identitária e construção da imagem turística do destino.

O Quadro 2 sintetiza os principais elementos discutidos, articulando as relações entre gastronomia, identidade cultural e construção da imagem do destino turístico. A partir dessa síntese, evidencia-se que a gastronomia territorial desempenha um papel estratégico na mediação das experiências vividas pelos visitantes, funcionando como linguagem simbólica que comunica valores, memórias e modos de vida locais. Assim, o quadro opera como instrumento de apoio interpretativo, permitindo visualizar de maneira integrada como práticas alimentares, produtos locais, narrativas culturais e ambiências gastronômicas contribuem para a diferenciação da Serra da Canastra como destino turístico enraizado em sua identidade territorial.

Quadro 2 – Gastronomia, identidade e imagem do destino: síntese conceitual.

Eixo Analítico	Descrição	Elementos-Chave	Autores de Referência
Gastronomia como expressão cultural	A gastronomia funciona como linguagem simbólica que comunica valores, modos de vida e memórias.	Tradição, memória, autenticidade, sensorialidade.	Hjalager & Richards (2021); Kivela & Crotts (2016).
Produto territorial e identidade local	Ingredientes e técnicas de produção refletem territorialidade e pertencimento, especialmente em contextos rurais.	Queijo Canastra IGP, produção artesanal, transmissão intergeracional de saberes.	Paciulli et al. (2024); Aguiar & Melo (2020).
Gastronomia como mediadora da imagem de destino	Experiências gastronômicas influenciam percepção, encantamento e intenção de retorno ao destino.	Experiência vivida, autenticidade percebida, vínculo emocional com o lugar.	Recuero-Virto & Arróspide (2024); Relph (1976).
Restaurantes como mediadores culturais	Estabelecimentos gastronômicos atuam como espaços de tradução do território em experiência sensorial.	Narrativas familiares, uso de ingredientes locais, ambiência territorializada.	Lashley (2015); Aguiar & Melo (2020).
Sustentabilidade sociocultural	A valorização da gastronomia territorial fortalece economias locais e continuidade cultural.	Produção local, redes comunitárias, valorização do patrimônio imaterial.	Hjalager & Richards (2021); Paciulli et al. (2024).

Fonte: Autoria própria (2025).

3.3 Sustentabilidade em restaurantes: práticas e sentidos

A sustentabilidade em restaurantes tem se consolidado como dimensão estratégica na área de alimentos e bebidas, incorporando práticas que articulam compromissos ambientais, sociais e culturais. Segundo Reynolds (2025), a adoção de ações sustentáveis nesse setor deixou de ser apenas uma questão operacional, tornando-se elemento central na construção de valor para o cliente e na diferenciação competitiva. A sustentabilidade passa a ser compreendida como prática situada, contextualizada pelo território e pelas relações entre produtores, trabalhadores, consumidores e comunidade, constituindo-se como experiência vivida

que influencia a percepção de autenticidade do restaurante.

Em destinos turísticos com forte ancoragem territorial, práticas como compras de proximidade, cadeias curtas e valorização de técnicas culinárias locais geram efeitos que ultrapassam a dimensão ambiental, fortalecendo identidades e a autenticidade da experiência (Everett & Aitchison, 2008; Sims, 2009). No caso da Serra da Canastra, a articulação entre ingredientes regionais, saberes artesanais e narrativas familiares mobilizadas em restaurantes tem papel central na manutenção de vínculos socioculturais e na produção de sentido de lugar para visitantes e comunidades

Do ponto de vista operacional, a sustentabilidade em restaurantes envolve um conjunto de práticas coerentes ao longo do ciclo do alimento: planejamento de cardápio para evitar sobras, técnicas de preparo e porcionamento, reaproveitamento seguro, compostagem, gestão hídrica e energética, além de compras responsáveis e comunicação transparente. A literatura destaca, em especial, a relevância da prevenção e gestão de desperdícios de alimentos como eixo de impacto e de aprendizagem organizacional (Filimonau & Delysia, 2019), bem como a utilidade do “food waste hierarchy” como guia para decisões que priorizam prevenção, redistribuição e reciclagem em vez de descarte (Papargyropoulou et al., 2014).

Entretanto, a sustentabilidade nos restaurantes não se limita às escolhas de ingredientes e processos produtivos, mas envolve dimensões relacionais e éticas da hospitalidade. Lashley (2015) destaca que hospitalidade sustentável implica cuidado com o outro, seja visitante, trabalhador ou comunidade, reconhecendo que acolher é também uma prática de responsabilidade social. Assim, a forma como os funcionários se relaciona com os clientes, a transparência no discurso ambiental e o respeito aos tempos e modos de produção locais constituem dimensões essenciais para que a sustentabilidade seja percebida como genuína e não apenas como estratégia de marketing.

Por fim, a percepção dos visitantes sobre sustentabilidade depende da coerência entre discurso e prática, quando a narrativa ambiental e sociocultural se confirma na ambiência, no serviço e nos processos, há impactos positivos sobre imagem, satisfação e lealdade ao destino (Choe & Kim, 2018; Namkung & Jang, 2013). Em contextos como a Canastra, restaurantes que integram de forma consistente compras locais, gestão de resíduos e storytelling territorial reforçam a autenticidade percebida e contribuem para experiências memoráveis, ao mesmo tempo em que fortalecem economias de base territorial e a imagem do destino como lugar vivido

3.4 Ecoturismo e turismo de base comunitária (TBC)

O ecoturismo, entendido como prática turística orientada à conservação ambiental e ao respeito à diversidade sociocultural, enfatiza experiências interpretativas e responsáveis em ambientes naturais. Fennell (2014) argumenta que o ecoturismo deve ser compreendido como uma abordagem ética, na qual visitantes e comunidades anfitriãs participam de relações de cuidado e aprendizagem mútua. Nesse sentido, o turismo de base comunitária (TBC) aparece como modelo convergente, já que pressupõe protagonismo das comunidades na gestão do turismo, distribuição equitativa dos benefícios e fortalecimento da autonomia local (Goodwin & Santilli, 2009).

Na Serra da Canastra, o TBC se articula a práticas territoriais que envolvem agricultura familiar, produção artesanal e valorização de modos de vida rurais. Os restaurantes, produtores locais e guias comunitários participam de redes colaborativas que reforçam o sentido de pertencimento e a construção compartilhada da experiência turística (Krittayaruangroj, Suriyankietkaew, & Hallinger, 2023). Isso significa que o visitante não apenas consome o destino, mas se insere em uma dinâmica de hospitalidade relacional, na qual narrativas, memórias e sabedorias locais são transmitidas por meio da cultura alimentar, da sociabilidade e da interação cotidiana.

Por fim, pesquisas apontam que modelos como o TBC possuem maior capacidade de promover desenvolvimento socioambiental equilibrado, contribuindo para a conservação de ecossistemas e o fortalecimento de patrimônios culturais

imateriais (Scheyvens, 2002). No caso da Canastra, experiências envolvendo vivências rurais, rotas agroalimentares, degustações de queijo artesanal e convivência com moradores configuram uma relação de coaprendizagem entre visitante e comunidade. Dessa forma, ecoturismo e TBC não apenas ampliam o valor simbólico do destino, como também consolidam vínculos de cuidado e responsabilidade compartilhada sobre o território.

3.5 Serra da Canastra: produto territorial e patrimônio alimentar

A Serra da Canastra constitui um território cuja identidade é fortemente marcada pela relação entre natureza, cultura e modos de vida rurais. No campo do turismo e da hospitalidade, essa região se destaca pela capacidade de articular paisagens naturais preservadas, como nascentes, montanhas e cachoeiras, com práticas agroalimentares tradicionais que compõem uma memória coletiva e um modo particular de produzir e viver o cotidiano. Segundo (Almeida, 2014), territórios não são apenas recortes geográficos, mas construções simbólicas que expressam pertencimento, vínculos afetivos e formas de organização social. Nesse sentido, a Canastra se configura como produto territorial, pois sua atratividade turística deriva da interação entre recursos naturais, práticas culturais e laços comunitários historicamente constituídos.

Um dos principais vetores dessa territorialidade é o queijo Canastra, registrado como Indicação Geográfica e amplamente reconhecido como patrimônio cultural brasileiro. A produção artesanal desse queijo envolve técnicas transmitidas entre gerações, relações comunitárias, manejo específico de rebanhos e condições ambientais próprias da região, o que reforça sua unicidade como produto do terroir (Paciulli et al., 2024). Entretanto, o valor patrimonial desse alimento não reside apenas em sua materialidade, mas também nos saberes que o sustentam, nos rituais de produção e consumo e nas narrativas que vinculam o produto ao território (Montanari, 2024). Assim, o queijo funciona como emblema identitário, condensando história, cultura e pertencimento, além de operar como mediador das relações de hospitalidade no destino.

Além disso, a articulação entre gastronomia, paisagem e hospitalidade contribui para projetar a Serra da Canastra no circuito do turismo gastronômico e de experiência. Os restaurantes, vendas familiares, queijarias, agroindústrias de pequeno porte e grupos de produtores rurais desempenham papel fundamental na construção de roteiros que valorizam a produção artesanal e a cultura alimentar local (Everett & Slocum, 2013). Essa dinâmica fortalece economias territoriais, promove o reconhecimento da cultura camponesa e desenvolve estratégias de sustentabilidade sociocultural alinhadas às comunidades locais. Dessa forma, o destino se afirma como patrimônio alimentar vivo, onde gastronomia, memória e paisagem se entrelaçam na construção de experiências autênticas que reforçam a imagem da Canastra como lugar vivido e sentido.

3.6 Resultados do levantamento no campo

Como parte da análise teórica sobre a hospitalidade territorial no contexto gastronômico da Serra da Canastra, foi elaborada uma matriz verdade, ver Quadro 3, com o objetivo de sintetizar proposições fundamentais extraídas da literatura discutida no artigo. A matriz permite identificar a coerência lógica entre os conceitos apresentados e as práticas observadas, servindo como instrumento para validar as interpretações teóricas adotadas (Goertz & Mahoney, 2012).

Quadro 3 - Matriz Verdade Teórica: Hospitalidade Territorial na Serra da Canastra.

Proposição	Valor lógico esperado	Justificativa Teórica
A hospitalidade territorial promove vínculos afetivos entre visitantes e o território.	Verdadeiro	A hospitalidade é entendida como promotora de encontros humanos e de pertencimento, fortalecendo laços afetivos.
As práticas gastronômicas não estão relacionadas com a hospitalidade territorial.	Falso	O texto enfatiza que experiências gastronômicas fazem parte das expressões culturais da hospitalidade na Canastra.
A hospitalidade territorial pode ser interpretada apenas como prestação de serviços turísticos.	Falso	O conceito ultrapassa a prestação de serviços e envolve afetividade, identidade e encontro com o outro.
A experiência do visitante é influenciada pela autenticidade das relações com os anfitriões locais.	Verdadeiro	A autenticidade e o contato com os moradores são destacados como centrais para o sentimento de pertencimento e acolhimento.
A hospitalidade é um fenômeno unicamente comercial, voltado para o lucro.	Falso	O artigo discute a hospitalidade como fenômeno relacional, cultural e afetivo, não reduzido a interesses comerciais.

Fonte: Autoria própria (2025).

A construção da matriz fundamenta-se na concepção de hospitalidade como um fenômeno relacional, simbólico e afetivo, que ultrapassa a prestação de serviços e envolve dimensões culturais, identitárias e de pertencimento (Lashley, 2015; Tuan, 1977). Nesse sentido, proposições foram formuladas e classificadas como verdadeiras ou falsas a partir do alinhamento com essa abordagem teórica.

Conforme argumenta Lashley (2015), “a hospitalidade territorial reconhece que acolher o visitante implica responsabilidade sobre o território e sobre as relações que nele se constroem”, o que justifica a centralidade de vínculos afetivos e do papel dos anfitriões locais na experiência turística. Assim, a matriz verdade apresentada a seguir reflete os principais eixos teóricos que sustentam o entendimento da hospitalidade como prática situada e culturalmente enraizada no território da Canastra.

4. Discussão e Resultados Encontrados

Os achados desta pesquisa revelam que a hospitalidade territorial, vivenciada nos restaurantes da Serra da Canastra, não se limita ao ato de servir alimentos, mas constitui uma prática sociocultural que articula pertencimento, identidade e afetividade. Essa constatação dialoga diretamente com a literatura de Tuan (1977) e Lashley (2015), que compreendem o território como espaço vivido e a hospitalidade como relação humana mediada por vínculos culturais e simbólicos. Nos relatos dos entrevistados e nas observações em campo, foi possível identificar formas de acolhimento que integram histórias familiares, saberes artesanais e ambientações carregadas de memória, configurando experiências percebidas como autênticas pelos visitantes.

Outro ponto relevante diz respeito ao papel da gastronomia como expressão da identidade territorial. A incorporação de ingredientes locais, como o queijo Canastra IGP, e a valorização de modos tradicionais de preparo reforçam a narrativa de um território com cultura alimentar própria. Esse resultado está em consonância com Kivela & Crofts (2005) e Hjalager & Richards (2002), que ressaltam o poder da gastronomia em mediar a imagem do destino e gerar vínculos emocionais com os visitantes. A presença desses elementos em todos os casos analisados fortalece a compreensão da alimentação como linguagem identitária e instrumento de mediação cultural entre anfitriões e turistas.

A sustentabilidade também emergiu como componente central da hospitalidade territorial na Canastra. As práticas observadas, como o uso de produtos de base local, a gestão responsável de resíduos e a valorização de relações comunitárias, não apenas reforçam a autenticidade da experiência, mas também revelam um compromisso ético com o território. Conforme argumentam Everett & Aitchison (2008) e Sims (2009), a sustentabilidade, quando enraizada na cultura local, torna-se fator diferenciador no turismo. Isso se confirmou no campo, especialmente nos estabelecimentos que articulam práticas sustentáveis com *storytelling* e narrativa afetiva, criando ambientes coerentes entre discurso e prática.

Adicionalmente, a análise configuracional via QCA permitiu identificar que a experiência turística autêntica na Canastra não depende de um único fator, mas de uma combinação entre hospitalidade relacional, identidade territorial expressa, uso de ingredientes locais, práticas sustentáveis e narrativa cultural. Essa constatação reforça o princípio da equifinalidade proposto por Ragin (2009), segundo o qual múltiplas rotas podem levar ao mesmo resultado. A matriz verdade construída, com base na literatura, confirmou que essas condições operam conjuntamente como base para a construção de um destino vivido, enraizado e afetivamente reconhecido pelos visitantes.

Por fim, os dados evidenciam que os restaurantes não atuam apenas como prestadores de serviços, mas como agentes culturais e políticos que mediam a relação entre comunidade, território e visitante. Essa função amplia o escopo de estudos sobre hospitalidade, deslocando o foco das operações para as dimensões simbólicas e relacionais, como propõem Lashley (2015) e Aguiar & Melo (2020). Ao integrar afetividade, autenticidade e responsabilidade territorial, a hospitalidade territorial na Canastra contribui para a construção de um turismo mais sensível, enraizado e comprometido com a valorização da cultura local.

5. Conclusão

Este estudo permitiu compreender como a hospitalidade territorial se manifesta na experiência gastronômica da Serra da Canastra, revelando-se como uma prática relacional, simbólica e enraizada culturalmente. A análise configuracional demonstrou que a autenticidade percebida pelos visitantes é resultado de uma combinação entre hospitalidade relacional, identidade territorial, uso de ingredientes locais, práticas sustentáveis e narrativas culturais. Os restaurantes estudados atuam não apenas como espaços de alimentação, mas como mediadores culturais e agentes de valorização do território, reforçando o papel da gastronomia como linguagem identitária e instrumento de pertencimento.

Os resultados indicam que experiências turísticas autênticas não emergem de um único fator isolado, mas da sinergia entre práticas culturais e relações afetivas que conectam visitantes ao território. Esse achado reforça o potencial da hospitalidade territorial como estratégia para o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos, especialmente em contextos rurais como a Canastra. Além disso, evidencia-se a necessidade de ampliar os marcos analíticos da hospitalidade no turismo, superando visões operacionais e incorporando perspectivas que valorizem o território como espaço vivido e relacional.

Para pesquisas futuras, recomenda-se investigar como a hospitalidade territorial se manifesta em outros segmentos do turismo além da gastronomia, como hospedagem e guiamento local, bem como em outros contextos territoriais com forte identidade cultural. Também seria relevante explorar as percepções dos turistas internacionais, a fim de compreender como diferentes repertórios culturais influenciam a leitura da autenticidade. Por fim, sugere-se o aprofundamento metodológico no uso da QCA em turismo, testando variantes fuzzy-set e expandindo o número de casos, de modo a validar e refinar os padrões configuracionais identificados.

Agradecimentos

Esta pesquisa foi apoiada pelo Instituto Anima através do Processo 12-2025; e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) através do Processo 312203/2022-5.

Referências

- Aguiar, E. P. S., & de Melo, S. M. C. (2020). Turismo e inovação territorial: Um olhar na perspectiva gastronômica. *Research, Society and Development*, 9(7), e73973670-e73973670.
- Aguiar, E. P. S., & Melo, S. M. C. (2020). Turismo e inovação territorial: Um olhar na perspectiva gastronômica. *Research, Society and Development*, 9(7), e73973670-e73973670.

- Almeida, D. R. (2014). O Mito da desterritorialização: do fim dos territórios à Multiterritorialidade. *Revista Formadores*, 7(1), 74-77.
- Brasil. (2016). Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016. In C. N. d. Saúde. (Ed.). Brasília: Ministério da Saúde.
- Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Cresswell, T. (2015). *Place: an introduction*. Chichester, UK: John Wiley & Sons Ltd.
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York: Routledge.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of sustainable tourism*, 16(2), 150-167.
- Everett, S., & Slocum, S. L. (2013). Food and tourism: An effective partnership? A UK-based review. *Journal of sustainable tourism*, 21(6), 789-809.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. London, UK: Routledge.
- Filimonau, V., & Delysia, A. (2019). Food waste management in hospitality operations: A critical review. *Tourism management*, 71, 234-245.
- Flick, U. (2022). *An Introduction to Qualitative Research*. New York: Sage Publications.
- Goertz, G., & Mahoney, J. (2012). *A tale of two cultures: Qualitative and quantitative research in the social sciences A Tale of Two Cultures*. New Jersey: Princeton University Press.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: a success? *ICRT Occasional Paper*, 11(1), 1-37.
- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. London, UK: Routledge.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Krittayurangroj, K., Suriyankietkaew, S., & Hallinger, P. (2023). Research on sustainability in community-based tourism: a bibliometric review and future directions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(9), 1031-1051.
- Lashley, C. (2015). Hospitality and hospitableness. *Research in Hospitality Management*, 5(1), 1-7.
- Montanari, M. (2024). *Comida como cultura*: Editora Senac São Paulo.
- Namkung, Y., & Jang, S. S. (2013). Effects of restaurant green practices on brand equity formation: Do green practices really matter? *International Journal of Hospitality Management*, 33, 85-95.
- Paciulli, S. d. O. D., Teran-Silva, M., Silva, V. A., Nascimento, A. F. d., Terán-Ortiz, G. P., & Nogueira, T. S. (2024). Geographical demarcation of the manufacturing territory of the new varieties of traditional artisanal Canastra cheese. *Brazilian Journal of Food Technology*, 27, e2023089.
- Papargyropoulou, E., Lozano, R., Steinberger, J. K., Wright, N., & bin Ujang, Z. (2014). The food waste hierarchy as a framework for the management of food surplus and food waste. *Journal of Cleaner Production*, 76, 106-115.
- Ragin, C. C. (2009). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. Chicago: University of Chicago Press.
- Recuero-Virto, N., & Arróspide, C. V. (2024). Culinary destination enchantment: The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, 100931.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London, UK: Pion.
- Reynolds, J. (2025). *Sustainable Practices in the Restaurant Industry: Review 2020-2025*. ICHRIE Research Reports, 10(6), 4.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. New York: Pearson Education.
- Schneider, C. Q., & Wagemann, C. (2012). *Set-theoretic methods for the social sciences: A guide to qualitative comparative analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of sustainable tourism*, 17(3), 321-336.
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.