



A HOSPITALIDADE MINEIRA CONTEMPORÂNEA SOB A PERCEPÇÃO DOS TURISTAS EM OURO PRETO (MG): GENEROSIDADE X PROFISSIONALISMO MERCANTIL?

Beatriz Flexa Ribeiro Proença Gomes da Silva¹

Leandro Benedini Brusadin²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Beatriz Flexa Ribeiro Proença Gomes da Silva y Leandro Benedini Brusadin (2016): "A hospitalidade mineira contemporânea sob a percepção dos turistas em Ouro Preto (MG): generosidade x profissionalismo mercantil?", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 20 (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/generosidade.html>

RESUMO

O debate teórico da hospitalidade sob a premissa da dádiva de Marcel Mauss se apresenta como base epistemológica deste artigo. O presente trabalho objetiva analisar a relação das trocas humanas na hospitalidade mineira contemporânea na percepção dos turistas. O entendimento do acolhimento na mineiridade contemporânea, especificamente em Ouro Preto (MG), se faz presente por meio de uma pesquisa quali-quantitativa com turistas em uma amostragem aleatória e não probabilística. Conclui-se que tais elementos se encontram interligados, já que os mineiros possuem algumas características de acolhimento que lhe atribuem o título de população afável e hospitaleira, independente dos problemas inerentes a incipiência da profissionalização do mercado da hospitalidade.

Palavras-chave: Dádiva; Hospitalidade; Mineiridade; Ouro Preto (MG); Generosidade.

ABSTRACT

The theoretical debate hospitality under the premise of Marcel Mauss donation appears as epistemological basis of this article. This work aims to analyze the relationship of human exchanges in contemporary mineira hospitality in the perception of tourists. The understanding of the mineirade host in contemporary, specifically in Ouro Preto (MG), is present through a qualitative and quantitative research with tourists in a random, non-probability sampling. We conclude that such elements are interconnected, as the mineiros have some characteristics of host that

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Bolsista de Iniciação Científica do Programa de Iniciação a Pesquisa da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFOP. *E-mail:* beatrizflexar@hotmail.com

² Bacharel em Turismo pela Puc-Campinas. Mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi-Morumbi. Doutor em História pela Universidade Estadual Paulista de Franca (UNESP). Pós-Doutorado pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (USP). Professor Adjunto do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto. (UFOP). *E-mail:* leandro@turismo.ufop.br

give it the title of affable and hospitable population , regardless of the problems inherent in the incipient professionalization of the market of hospitality.

Key words: Gift; Hospitality; Mineiridade; Ouro Preto (MG); Generosity

1. Introdução

Marcel Mauss ficou reconhecido como o formador da teoria da dádiva consistida na tríade central das trocas humanas dentre os processos de dar, receber e retribuir. Na sua obra *Ensaio sobre o Dádiva*, Mauss³ apresenta a dádiva baseada nos rituais *potlatch* em tribos arcaicas na Melanésia, Polinésia e Noroeste Americano. O processo da dádiva repete-se de maneira indefinida por meio desses três deveres. Desse modo, o autor apresenta-se como uma “lei não escrita” que inicia-se enquanto uma dádiva que parte de um indivíduo gera a recepção e envolve e uma posterior retribuição em um processo cíclico.

Neste sentido, enquanto de um lado Mauss torna evidente que a dádiva se opõe à troca mercantil, paradoxalmente busca nela a origem da troca. O autor expõe, assim, a essência da reciprocidade como caráter universal dessa tríade. Tais obrigações então passam a fomentar um vínculo espiritual entre os indivíduos da dádiva o qual possui como retribuição a justificativa pela existência de tal forma no bojo do que foi dado, isto é, a formação de um vínculo de almas, atrelado de maneira inevitável ao nome de quem doou, ao seu prestígio. Tal forma ou ser espiritual, ou mesmo sua mera expressão simbólica, se encontram atreladas a uma ação ou transação (MAUSS, 2003).

O presente trabalho buscar analisar a relação das trocas humanas na hospitalidade mineira e busca contribuir para compreender as trocas sociais envolvidas no sistema da dádiva de que Mauss. Apesar de o autor localizar o seu estudo nas sociedades antigas, seu estudo de trocas simbólicas nos direcionam para a compreensão social, econômica e cultural de variadas sociedades e seus tempos históricos. Surge, assim, a problemática central desta pesquisa: Qual é a

³ Marcel Mauss nasceu no ano de 1872 na cidade francesa de Épinal e formou-se em filosofia com especialização na história das religiões. Foi sobrinho do célebre sociólogo Émile Durkheim, estudando com o tio e tornando-se, posteriormente seu assistente. Participou ainda do que seria reconhecido como Escola Sociológica Francesa, cujo Durkheim foi o criador. Em muitos aspectos Mauss fora seguidor do tio, todavia, possuiu também muitas diferenças, tanto pessoais quanto no trabalho do que fez Durkheim.

relação de trocas estabelecidas pela hospitalidade mineira contemporânea com base na sistemática da dádiva?

O presente estudo justifica-se pelo fato de contribuir para o âmbito acadêmico em uma visão diferenciada acerca do tema, ampliando o material teórico o qual poderá ser utilizado a fim de desenvolver estudos e pesquisas posteriores e, ainda, estimular o aprofundamento epistemológico e empírico sobre o tema.

Sobre o método de pesquisa, situa-se o pensamento de Lakatos e Marconi (1996, p. 15) os quais definem que “pesquisar não é apenas procurar a verdade; é encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos”, através desta ótica é possível notar que a pesquisa é algo mais amplo do que se imagina em um primeiro momento. Já segundo Santos e Candeloro (2006, p. 71-72) existem duas naturezas diferentes para uma pesquisa metodológica, são elas, qualitativa e quantitativa. Sendo assim:

A pesquisa de natureza qualitativa é aquela que permite que o acadêmico levante dados subjetivos, bem como outros níveis de consciência da população estudada, a partir de depoimentos dos entrevistados, ou seja, informações pertinentes ao universo a ser investigado, que leve em conta a ideia de processo, de visão sistêmica, de significações e de contexto cultural. [...] A pesquisa qualitativa é a que tem o objetivo de mensurar algumas variáveis, transformando os dados alcançados em ilustrações como tabelas, quadros, gráficos ou figuras. [...] Em geral, o instrumento de levantamento de dados mais adequado a este tipo de pesquisa é o questionário, em que questões fechadas correspondem a respostas codificadas.

A natureza escolhida para este trabalho é qualitativa, pois levanta todas as informações teóricas a fim de se chegar à conclusão, utilizando-se de abordagem exploratória através de pesquisa do tipo bibliográfica para colher e avaliar os dados, as pesquisas bibliográficas podem ser através de obras ou artigos científicos (GIL, 2008).

Desse modo, o debate teórico sobre a dádiva e a hospitalidade se apresenta como premissa do entendimento epistemológico deste artigo. Posteriormente, se apresenta o objeto de estudo em si: o entendimento do acolhimento na mineiridade contemporânea. Para este último foi realizada pesquisa quali-quantitativa não probabilística na cidade de Ouro Preto com turistas com o intuito de identificar suas

impressões do acolher dentre as relações de troca entre o anfitrião e hóspede-visitante.

2. A Teoria da Dádiva como Matriz Epistemológica da Hospitalidade

As coisas sagradas são coisas sociais, concebendo como sagrado tudo o que, para determinado grupo e seus respectivos membros, qualifica a sociedade. Nesse caminho Marcel Mauss formulou seu pensamento para além da proposta material. Salles et al. (2010) explicam que Marcel Mauss realizou um amplo material etnográfico a fim de fundamentar a questão da sociabilidade nas sociedades arcaicas, encontrando que a mesma ocorria pela atuação de uma regra social fundamental que foi denominada pelo teórico de “tríplice obrigação de dar, receber e retribuir”. As autoras explicam que, na visão de Mauss existe uma virtude que obriga que dádivas circulem, sejam dadas e sejam redistribuídas.

Na visão de Mauss a circularidade da dádiva poderia ser então a função primordial de ser o passo inicial da formação dos laços sociais e alianças, tornando-se um ritual de apaziguamento, além de uma proposta de paz. Para o teórico, não existe moral outra, ou economia outra, tampouco demais práticas sociais além dessas.

(...) é inútil ir procurar em outra parte o que constitui o bem e a felicidade. Ela se encontra na paz imposta, no trabalho bem ritmado, em comum e solitário alternativamente, na riqueza acumulada e depois redistribuída no respeito mútuo e na generosidade recíproca que a educação ensina (MAUSS, 1974 apud SALLES et al., 2010, p. 5).

Desse modo, Salles e Sales (2012) explicam que o sistema de dádivas de Mauss fora descrito a fim de demonstrar que os habitantes das sociedades que viviam na orla do Pacífico e do noroeste da América do Norte, praticavam um tipo de intercambio sobre a prestação e contraprestação, que foram denominadas pelo autor de prestações totais, com características básicas sobre a oferta espontânea de presentes, sendo essa livre e gratuita e, de maneira simultânea, interessada e também obrigatória.

A partir dessa obra Ensaio sobre a Dádiva, Mauss passou a inspirar reflexões de diversas áreas das ciências sociais contemporâneas na busca pela dádiva. Sendo que, em sua visão, uma das maiores contribuições do teórico foi na

demonstração sobre como as diferentes civilizações revelam que a troca consiste em uma mistura de almas, possibilitando a comunicação entre os homens, bem como a intersubjetividade e, então a sociabilidade.

Salles e Sales (2012) explicam que o objetivo da dádiva consiste na produção de um sentimento de amizade entre dois indivíduos envolvidos. Assim, não são somente os bens e as riquezas que formam parte da troca, isto é, os bens econômicos, mas acima de tudo, as amabilidades, os banquetes, os ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, que formam apenas um dos momentos, cuja circulação de riquezas é somente um dos termos de um contrato muito mais amplo e mais permanente.

Nesse sentido as trocas não são só materiais: a circulação pode implicar prestações de valores espirituais, assim como maior ou menor alienabilidade do que é trocado. Um aspecto fundamental também discutido é o fato de as trocas serem simultaneamente voluntárias e obrigatórias, interessadas e desinteressadas, úteis e simbólicas. Coexistem, portanto, uma liberdade e uma obrigação de dar e receber, assim como uma liberdade e uma obrigação de retribuir. A dádiva não procura a igualdade ou equivalência, ela está no cerne de incertezas que caracterizam o vínculo social (SALES e SILVA, 2012, p. 21).

Costa (2015), por sua vez, explica que a hospitalidade em Marcel Mauss se apresenta como uma dádiva, sem a existência de preconceitos, ofertando-a uma vez que sente-se bem com isso. É possível acordar que o processo de hospitalidade compreendido pelo teórico se divide em três momentos: dar, receber e retribuir. A hospitalidade é um ritual elementar do vínculo humano, ocorrendo em determinado espaço e munindo-se da interação de dois atores. Em primeiro momento um deles que torna-se o anfitrião, a fim de receber seu hóspede, em outro momento, os papéis invertem-se. Costa (2015) ainda acredita que é como se houvessem leis não escritas que regulamentam o ritual de sociabilização, tal como descrito por Mauss, cuja violação dessas imputa o outro como hostil ou inóspito.

Hospitalidade é um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não verbais ou de conteúdos verbais que constituem fórmulas rituais que variam de grupo social para grupo social, mas que ao final são lidas apenas como desejo/recusa de vínculo humano. (CAMARGO, 2004 apud COSTA, 2015, p. 57).

Costa (2015) afirma que se existe algum modo de possibilitar a compreensão das leis ocultas da hospitalidade, este poderia ser os mitos. Sendo por meio do mito, por exemplo, que se torna possível reconhecer as noções primárias da hospitalidade, tal como a posição de anfitrião e de hóspede – bem como no que as mesmas implicam. O autor então explica que as crenças vindas da religião são essenciais fonte de mitos acerca da hospitalidade. Sendo por meio delas que se passou a compreender a hospitalidade enquanto uma dádiva, implicando em uma espécie de sacrifício na função do hóspede e também que deixa, ainda que de maneira velada, um interesse que pode ser tanto religioso, nobre ou mesmo filantrópico. De modo que a hospitalidade, como na teoria de Mauss, se dá ao passo que não se aceita a dádiva de ser hospitaleiro com o outro, o que então se mune do potencial de trazer consequências futuras.

3. Tempo e Espaços da Hospitalidade

A hospitalidade se instaura uma relação interpessoal resultando no surgimento de um vínculo social doutrinado por valores de sociabilidade e solidariedade. Na sociedade contemporânea tal processo é de difícil entendimento uma vez que é caracterizada pelo individualismo em detrimento do coletivismo.

Eu tenho que – esta é uma ordem incondicional – eu tenho que, incondicionalmente, dar boas-vindas ao outro, seja ele ou ela quem for, sem pedir um documento de abertura, um nome, um contexto ou um passaporte. Este é primeiro momento de abertura de minha relação com o outro; abrir meu espaço, meu lar – minha casa, meu idioma, minha cultura, minha nação, meu estado, e eu mesmo. Eu não tenho que abri-la, porque está aberta; ela foi aberta antes que eu tomasse qualquer decisão a respeito disso: então, eu tenho que mantê-la aberta ou tentar mantê-la incondicionalmente aberta. Mas, naturalmente, este “incondicionalmente” é algo que amedronta, ele é aterrorizante (FAGUNDES, 2009, p. 80).

Fagundes (2009) aponta que a hospitalidade consiste em um complexo processo em que se imbuem relações sociais, implicando na percepção de recortes mais específicos da antropologia, história, sociologia, economia, geografia, comunicação, arquitetura, entre outros. A relação resultante da hospitalidade faz com que as cidades, organizações e serem humanos envolvidos fomentem uma interação e aquisição de hábitos e costumes uns dos outros.

A hospitalidade no sentido de espaço é concebida por três dimensões principais: doméstica, pública e comercial. A hospitalidade doméstica é a mais típica e a primeira a ser registrada na história da hospitalidade. Nesse tipo, se incluem desde os gestos mais cotidianos e simples na atenção de pessoas que são recebidas.

Estes gestos se dão no âmbito presencial e virtual. Os gestos de hospitalidade devem ser considerados a partir da cultura, costumes e hábitos locais, isto é, cada localidade, cada espaço possui características próprias. Vários são os temas que englobam a hospitalidade doméstica, porém, estes mesmos temas aparecem na hospitalidade comercial e pública, demonstrando assim a inter-relação existente entre elas (FAGUNDES, 2009, p. 85).

Fagundes (2009) ainda explica que a hospitalidade pública pode ser entendida por meio da análise da cidade. As cidades podem ser consideradas hospitaleiras a partir de algumas características que emanam de suas capacidades culturais, sociais, econômicas, ambientais, históricas, etc. Já a hospitalidade comercial, que envolve toda a indústria de hospitalidade cujos serviços de alimentação, hospedagem, recreação e o vínculo entre turismo e as viagens estão inclusos, gerando assim uma interdependência entre os mesmos. O autor explica que sem as atrações e os estabelecimentos de hospitalidade, inexistente o turismo.

O debate que se faz é se existe a dívida na hospitalidade comercial. Fato é que é na hospitalidade gratuita, a assimetria entre o anfitrião e o visitante traduz-se, em outros termos, pela territorialização do visitante. Quando se é hospedado na casa de outra pessoa, por mais íntimo que sejam sempre existem barreiras domésticas entre ambos, o exemplo do quarto de hóspedes exposto pelo autor reflete exatamente esse conflito já que esse espaço tem como objetivo deixar o forasteiro ter sua privacidade e conforto maior, mas que ao mesmo tempo denota segregação dos demais cômodos e principalmente dos mais íntimos do anfitrião, que se por ventura o visita ultrapassa esse limite pode ser de extremo mau grado e podem haver sérias consequências, como o rompimento de relações. “Todo o problema, na hospitalidade doméstica para o anfitrião, é, então, como incluir o hóspede no espaço sem ser dele desapropriado. (GOTMAN, 2009, p. 9).

No que se refere à hospitalidade comercial verifica-se a distância entre hóspede e anfitrião e essa distanciamento aumenta o sentimento de incerteza, quando

o hóspede não é um completo desconhecido e o anfitrião não é bem um anfitrião, porém nos limites físicos as regras seguem bem similares, dentro do quarto:

A neutralidade decorativa do quarto, o espaço mais privativo reservado ao cliente não o fará sentir-se nem em sua casa nem na casa de outro e o minimalismo deste estatuto não poderá aceitar muito mais do que um quarto em desordem (GOTMAN, 2009, p. 10).

No sentido comercial o hóspede se faz dono, já nas dependências comuns além do quarto ele recolhe-se à hóspede seguindo regras impostas pelo hotel, mesmo estando pagando por tal experiência. Sendo que, em verdade, o turismo é uma pressuposição da existência da hospitalidade comercial, que se encontra na qualidade dos ambientes cujos turistas visitam, tais como: estradas, agências de viagens, hotéis, restaurantes, hospitalidade pública, urbana, etc. Araújo et al. (2014) acreditam que mesmo na hospitalidade comercial existem ações além do receber, hospedar, alimentar e entreter, mas ainda sim deve-se pensar na relação social que envolve o encontro de pessoas, suas vivências culturais que determinam o ambiente hospitaleiro.

A hospitalidade deve então ser avaliada enquanto um comportamento de estipula a troca de benefícios mútuos para anfitrião e para o hóspede-visitante. Sendo assim, o acolhimento na esfera da hospitalidade comercial deve ser compreendido enquanto um fenômeno imbuído no espaço formado entre sujeito que deseja acolher e sujeito que deseja ser acolhido.

Araújo et al. (2014) explicam que torna-se importante, na época contemporânea, a relação entre profissional e cliente – quando da hospitalidade como atividade turística – ao longo da prestação de um serviço. Uma vez que tal relação é que determinará o retorno ao estabelecimento, essa possibilidade torna-se mais possível quando houve o vínculo social entre anfitrião e hóspede.

Embora a hospitalidade seja algo que tenha a dádiva como prerrogativa, a hospitalidade comercial se distingue no ponto de ser uma troca, não espontânea, mas sim monetária. Reconhece-se, assim, que a hospitalidade pode ser expressa de diversas maneiras, sob diferentes segmentos. Uma vez que consideramos a hospitalidade um universo mais abrangente, pode-se notar que o acolhimento, mesmo ele sendo realizado por um estabelecimento comercial, constitui-se em troca, em uma relação de anfitrião e hóspede (ARAUJO et al., 2014, p. 68).

Os autores acreditam que uma das principais políticas da hospitalidade comercial, paira sobre a atração e retenção de uma força de trabalho munida de competência a fim de que tais características consigam agradar ao cliente e que o mesmo deixe o estabelecimento sentindo que viveu uma importante experiência. Ainda sim, a relação monetária parece sobrepõe as relações de troca vinculadas a dádiva.

Considerando que os pilares da hospitalidade – bem acolher, bem entreter, bem hospedar e bem alimentar – se encontram intrinsecamente atrelados à hospitalidade comercial, cuja prática do bem receber se dá em troca de algo, isto é, no âmbito comercial ou não, é preciso integrá-los ao ato da hospitalidade. É preciso que seja possível detectar o envolvimento do elemento comercial com o elemento humano.

Para este artigo, importa ver como tais relações ocorre em um espaço e tempo delimitado dentre a hospitalidade mineira contemporânea uma vez que a premissa do acolher dos mineiros possui destaque no cenário brasileiro pelas questões afetivas de um suposto envolvimento com o outro em suas práticas de acolher ao longo da história.

4. Hospitalidade na Mineiridade: experiências antropológicas de acolhimento

Antes de analisar a hospitalidade mineira contemporânea é importante apresentar os aspectos históricos de tal hospitalidade sob um viés antropológico. Não obstante, é importante situar tais práticas no contexto brasileiro tendo em vista que as relações entre estrangeiros e nativos fizeram emergir trabalhos que nos fornecem elementos para compreender as contradições e as matrizes da hospitalidade.

Holanda (1995) explica que desde os primórdios da sociedade brasileira, os estrangeiros passaram a atribuir ao povo brasileiro uma contribuição da população para a civilização como a cordialidade. Assim, o trato, a hospitalidade e a generosidade, passaram a ser virtudes altamente gabadas pelos estrangeiros que visitavam e visitam o Brasil até os dias atuais, representando, em que pese, um limite determinado do caráter brasileiro, ao passo que, ao menos no que permanece

ativa e fecunda as influências antepassadas dos padrões de convívio humano, por meio rural e também patriarcal. O autor explica, contudo, que:

Seria engano supor que essas virtudes possam significar “boas maneiras”, civilidade. São antes de tudo expressões legítimas de um fundo emotivo extremamente rico e transbordante. Na civilidade há qualquer coisa de coercitivo — ela pode exprimir-se em mandamentos e em sentenças. Entre os japoneses, onde, como se sabe, a polidez envolve os aspectos mais ordinários do convívio social, chega a ponto de confundir-se, por vezes, com a reverência religiosa. Já houve quem notasse este fato significativo, de que as formas exteriores de veneração à divindade, no cerimonial xintoísta, não diferem essencialmente das maneiras sociais de demonstrar respeito (HOLANDA, 1995, p. 147).

A realidade da hospitalidade brasileira pode causar uma ilusão quanto à aparência – o que se explica no fato de a atitude polida ocorrer de maneira precisa em um tipo de mímica deliberada de manifestações que podem ser espontaneamente vistas do homem cordial, como uma forma natural e viva que se transformou em uma fórmula. Holanda (1995) acredita que nenhum povo se encontra mais longe da noção ritualista da vida quanto o brasileiro, cuja forma ordinária de conviver em sociedade é, na realidade, o oposto de polidez. Para o autor, além de tudo, a polidez é uma forma de organização e defesa perante a sociedade, todavia, seu limite se detém na parte exterior, epidérmica do sujeito, podendo servir, quando necessário, como um mecanismo de resistência. Como um equivalente a um disfarce que possibilitará que cada sujeito preserve intactas sua sensibilidade e emoções.

Os relatos dos viajantes naturalistas que estiveram no Brasil e produziram o que ficou denominado como “literatura da viagem” são substanciais para entender esse quadro por diferentes primas. Leite (1996) trata da questão da antropologia da viagem por meio de representações de ideias e imagens cujos viajantes europeus presentes em Minas Gerais, no século XIX, tiveram sobre os indivíduos. A autora também relata sobre viagens por meio de textos pré-etnográficos, que se calcam em teorias histórico-culturais a fim de buscar elementos ideológicos que as forma, de modo que poderiam ser relatos munidos de intencionalidades, cabendo a cada leitor fazer sua interpretação.

Nesse caminho, Leite (1996) diz que os relatos dos viajantes europeus em Minas naquele período devem ser considerados como pontos de vista, já que tudo o que se observa e se lê, forma parte de uma perspectiva particular que cada sujeito

possui de acordo com suas experiências, interesses e atribuições de formar critérios e que, de alguma maneira, produzirão as intencionalidades e os sentidos.

A questão da hospitalidade tratada por Leite (1996) se encontra muito mais atrelada às questões antropológicas que tratavam do negro em Minas Gerais com a chegada dos europeus. O enfoque da autora trata da segregação racial que o negro sofre ainda na contemporaneidade, as diferenças entre gêneros e da hierarquização imposta pelo capital nas relações de hospitalidade.

Arruda (1990, p. 198) apresenta um detalhado estudo acerca da concepção histórica da mineiridade bem como de suas principais características. A autora apresenta que desde o Império se formou um sentido único na descrição dos sujeitos vindos de Minas Gerais, sobretudo dos políticos mineiros. Assim, na própria concepção do tempo histórico, Minas Gerais passou por particularidades que foram gradualmente diferenciando-o dos demais estados brasileiros. No século XIX, após a derrocada do ouro, os mineiros conservavam imagens do passado, o que demonstra uma incapacidade da rede social na geração de novos projetos e, parte-se desse pressuposto a fim de traçar uma tendência de ritualismo na convivência social: “[...] a realidade social de Minas no século XIX, encaminhou-se para certa autonomia, criando uma subcultura singular, fruto do amálgama entre o passado e o presente, que se poderia denominar por mineirismo”.

Este ritualismo pode, na contemporaneidade, ser visto por meio de festividades políticas e religiosas que permeiam todo o estado de Minas Gerais, em uma demonstração constante de conservadorismo e tradição que são ampla e intensamente defendidos por seu povo. Assim, constrói-se então uma espécie de memória de Minas Gerais que é revivificada de maneira constante, sendo recriada e reapropriada, o que passou a fortalecer, como consequência, o simbolismo da mineiridade tanto entre os próprios mineiros, quanto diante dos indivíduos de outros lugares do Brasil. Para Arruda (1990) os memorialistas e escritores mineiros têm como trabalho, recorrer justamente a essa mineiridade a fim de fundamentar suas obras e, a partir de então, recriar e reviver o imaginário do estado, distinguindo-o das demais regiões brasileiras e consolidando, como consequência, as variações no interior da identidade mineira.

Assim, trazendo o que se viu em Mauss e o colocado pelos autores que embasaram esse desenvolvimento, foi possível notar que, em sua perspectiva, que é mais enfática em tom de crítica por Holanda, que o povo brasileiro – como do

exemplo da mineiridade – não poderia ser menos desapegado da questão do ritualismo, mas sim, que utiliza-se de sua fama de bom hospitaleiro como uma forma de defesa perante as demais sociedades, o que não significa que sua prática de hospitalidade seja fundamentada na dádiva, mas sim na necessidade.

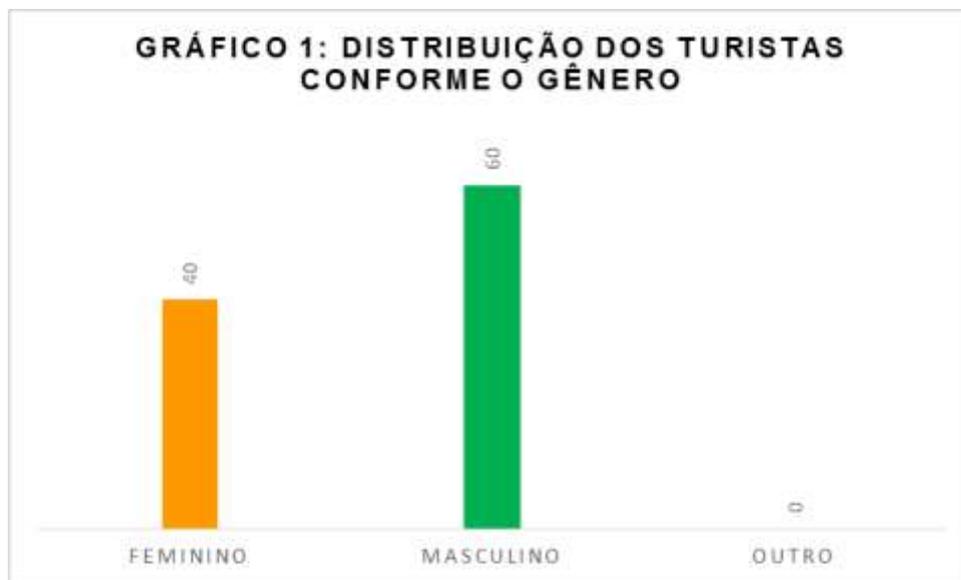
5. Perspectivas da Hospitalidade Mineira Contemporânea na Visão dos Turistas em Ouro Preto (MG): generosidade afetiva acima do profissionalismo mercantil

Assegura-se que a percepção do turista para com o lugar depende extremamente da impressão que o destino escolhido passa a partir do primeiro contato até os serviços, turísticos ou não, utilizados durante a estadia. Segundo Veiga (2004, p.43) “um dos grandes problemas enfrentados quando da introdução do turismo em cidades históricas é o que diz respeito à acomodação. Para que uma cidade receba turistas se faz necessário que ela tenha condição de hospedá-los (...)”. Entende-se, aqui, que a ideia de hospedar suplanta o meio de hospedagem, pois refere-se, também, o acolher na cidade e a relação de trocas com os locais em suas diversas facetas sócio-afetivas.

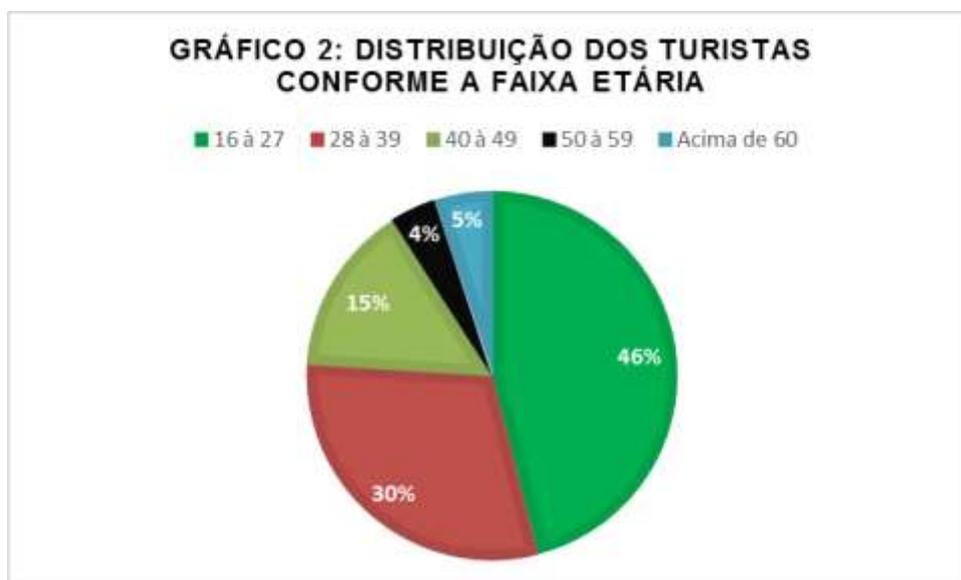
Diante disso, esta pesquisa procurou averiguar se existia a percepção dos turistas em Ouro Preto quanto as práticas de hospitalidade. Aplicaram-se 100 (cem) questionários de natureza quali-quantitativa, com perguntas estruturadas e previamente testadas para que não houvessem dúvidas na hora da aplicação. A amostragem é não probabilística e aleatória, porém nos serve ao caráter da sondagem de opinião quanto a temática desta pesquisa. Foram realizadas as aplicações durante o mês de abril de 2016, em diferentes momentos e para diferentes tipos de turistas. Os questionários foram respondidos nos principais pontos turísticos da cidade e, após a coleta dos dados, houve a tabulação e análise dos resultados.

Durante a aplicação dos questionários a maioria foram do sexo masculino, pois mostravam-se mais solícitos à abordagem, o que talvez o fato do receio feminino em responder alguns questões diante de uma cultura de gênero caracterizada pelo assédio (Gráfico 1). A faixa etária dos entrevistados foi em sua maioria adultos e jovens, fato este que pode estar associado a disponibilidade de responder o questionário e ter aptidão em circular no centro histórico de Ouro Preto

(Gráfico 2). Tais dados nos auxiliam a compreender a percepção dos entrevistados em relação a hospitalidade mineira contemporânea.

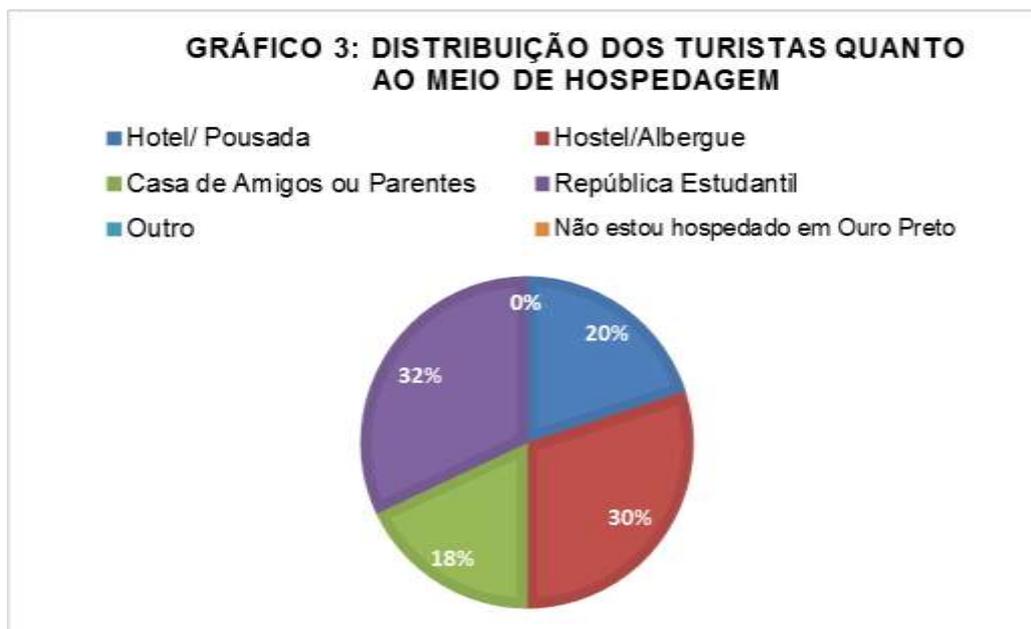


Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)



Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

Quanto à localidade dos entrevistados, a maioria deles são oriundos do estado do Rio de Janeiro e conta-se também com o relato de dois americanos. Essas pluralidades e a minoria de Minas Gerais é algo extremamente positivo para a pesquisa, já que o enfoque é a mineiridade e saber a percepção do outro sobre a forma de acolher dos mineiros.



Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

No que tange ao local de hospedagem (Gráfico 3) utilizados pelos entrevistados, constata-se que a festa que ocorria na cidade (21 de abril) interferiu nas respostas, já que a maioria encontrava-se nas repúblicas estudantis. ou em hostel. Isso se deve ao pelo baixo custo das diárias e a possibilidade de trocas sociais em uma ambiente caracterizada pela hospitalidade doméstica, ainda que haja pagamento.

Estes meio de hospedagem alternativos, principalmente as repúblicas que são um diferencial ouro-pretano, contam com as festas, as quais podem ser objetos de integração, socialização e rememoração. Em casos específicos, são capazes de reforçar e ajudar a manter as tradições de uma comunidade, tal como apresentado por Moraes e Miranda (2011). Isso atrai ainda mais turistas e podem cobrar preços mais acessíveis aos hóspedes, o que abre para uma ampla concorrência e ferrenha discussão entre republicas e rede hoteleira. Tal disputa emerge o caráter da hospitalidade local que se contrapõe entre a ótica comercial das pousadas coloniais e a perspectiva doméstica das repúblicas estudantis e suas tradições.

Esta escolha por repúblicas estudantis pode se justificar também por Veiga (2004, p.44), que diz:

Os turistas, de maneira bastante compreensível, preferem se hospedar o mais próximo possível dos centros históricos, o que além de tornar o acesso aos atrativos mais fácil- há que se lembrar que

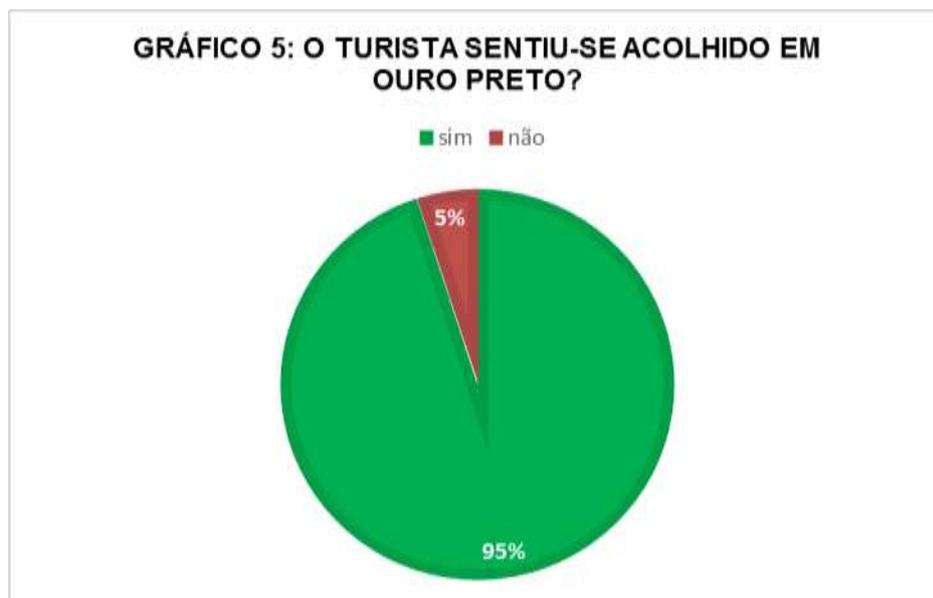
nem todos os turistas possuem meio de locomoção próprio- os colocam diretamente em contato, e realmente inseridos no ambiente que vieram visitar.

Ao contrário do que se cogita acerca do turismo em Ouro Preto, no universo entrevistado de 100 pessoas, todos estavam hospedados na cidade, ou seja, não houveram excursionistas, fato este não tido como usual no quadro turístico local, tal como exposto no Gráfico 4.



Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

Em outra variável analisa-se como foi a acolhida nos meios de hospedagem e observa-se que metade dos entrevistados caracterizou como boa (Gráfico 4). As experiências negativas relatadas se caracterizam pela falta de uma segunda língua nos meios de hospedagem. Entretanto, os mesmos afirmam que, apesar da barreira linguística, todos foram solícitos com os hóspedes. Quanto aos relatos positivos, muitos elogios foram feitos às repúblicas, os jovens que lá se hospedaram destacam que o ambiente descontraído e festeiro foram cruciais na acolhida. Tais relações de troca entre o dar, receber e retribuir torna-se evidente entre os protagonistas deste espaço, ainda que este seja excludente a outros tipos de público que não se pretendam a tal.

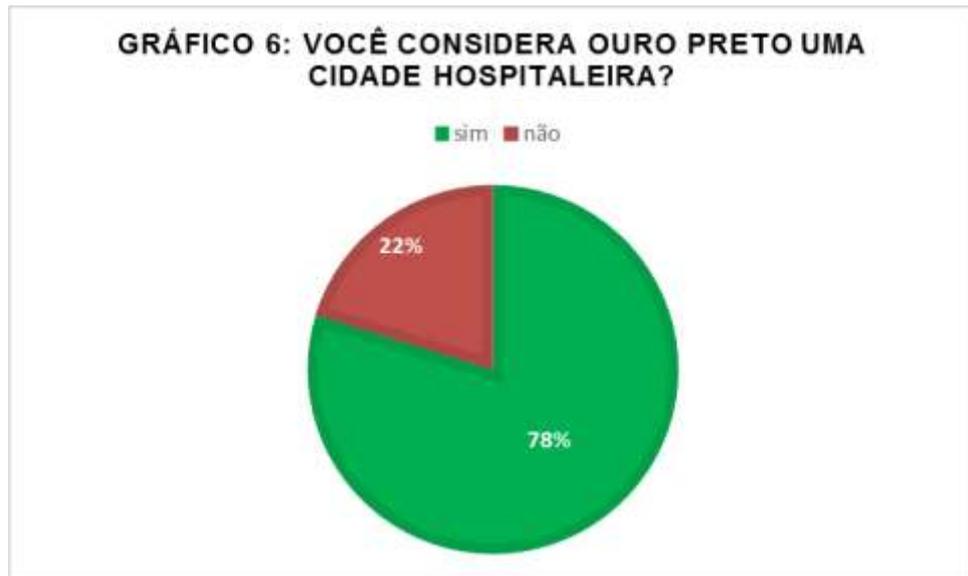


Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

Os entrevistados ainda foram perguntados se sentiu em casa no local de hospedagem em Ouro Preto e 95 % respondeu positivamente (Gráfico 5) . Este fato demonstra a capacidade de acolher do mineiro em que o envolvimento afetivo com o outro se sobrepõem as dificuldades profissionais que este mercado apresenta na localidade.

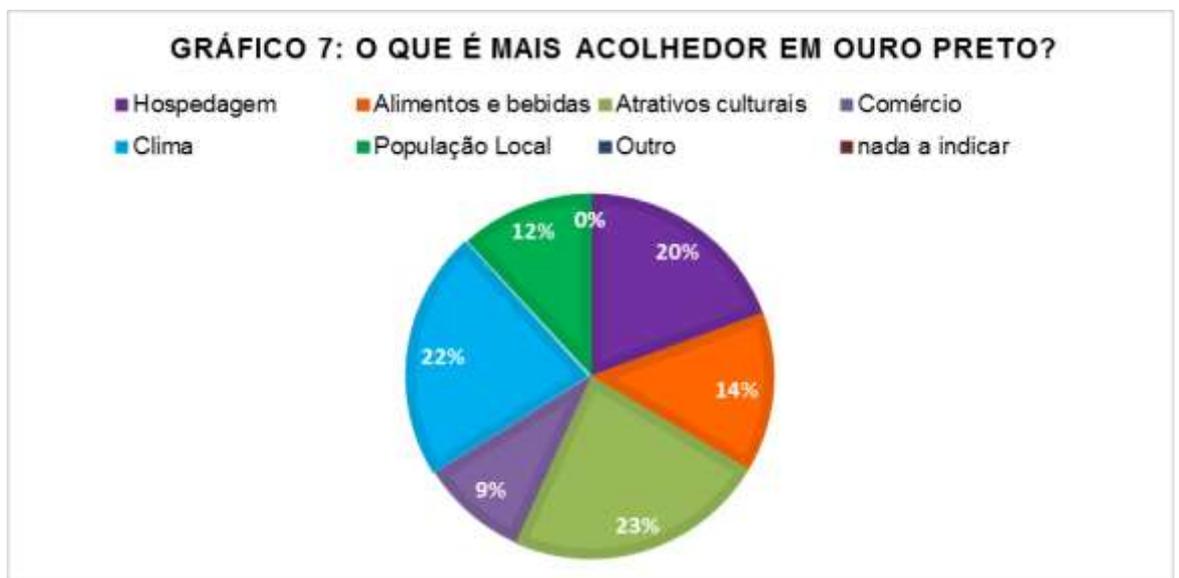
Mesmo que hajam constantes divergências entre hospitalidade e comércio é inegável, porém, a relação de influência um sobre o outro. Nesse sentido, Gotman (2009, p.5) afirma que “dádiva e comércio são antinômicos, na medida em que o dinheiro estabelece um equilíbrio entre protagonistas que, a partir disso, estão dispensados de toda necessidade de conhecimento mútuo e de toda relação pessoal.”

O mesmo teor de aprovação é verificado quanto ao caráter de acolhimento do turista em Ouro Preto (Gráfico 6) ainda que uma parte relevante (22%) não caracterize a cidade como hospitaleira:



Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

Após a constatação da hospitalidade em Ouro Preto, delimitou-se aspectos a serem analisados como hospedagem, alimentos e bebidas, atrativos turísticos, comércio, clima, população local, outro e nada a indicar. Os entrevistados, por vezes, marcaram mais de um item, justificando que o tratamento nos mesmos foi positivo.



Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

Os atrativos culturais mais visitados em Ouro Preto como igrejas e museus, está no topo dos mais acolhedores. Isso pode ser explicado por Neves (2012, p.2) quando diz que “a hospitalidade pública está cada vez mais representativa no imaginário do viajante e, a prestação desse serviço, o ato de acolher o visitante na

cidade estabelece o vínculo urbano através do cenário local.”, já que o primeiro contato do viajante com a localidade visitada é estabelecido através de uma relação de comunicação com os espaços públicos como praças, jardins, ruas e arquitetura do local.

Neste âmbito que é de suma importância esses setores que se destacaram por sua hospitalidade positiva, manterem a qualidade e sempre aprimorar seus serviços com cursos, workshop e motivação dos funcionários para que a eficiência e a eficácia caminhem lado a lado. Ainda assim, parece que o principal caráter da hospitalidade mineira está em sua forma espirituosa entendida como uma prática de generosidade pelo turista.



Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

Já no que se refere ao que é menos acolhedor em Ouro Preto, a maioria não tinha nada a indicar, e em segundo lugar ficou o comércio. Vê-se que a lógica comercial não é o principal indicador de hospitalidade de Ouro Preto, posto que a prática do receber mineiro parecer se instituir a parte das necessidades primárias do mercado e os símbolos da mineiridade interessam mais ao turista.

Entretanto, a hospitalidade não profissional para com o turista por parte do comerciante é de extrema preocupação e deveria ser vinculado ao seu caráter afetivo como um potencial de atendimento.

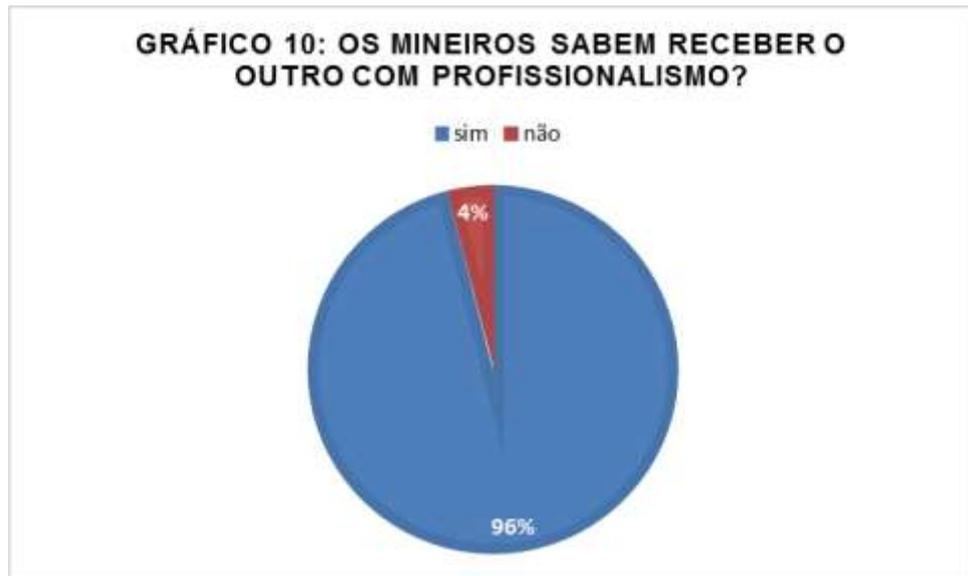


Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

No que tange ao Gráfico 9, observa-se que levando em consideração a opinião dos entrevistados, o povo mineiro em geral é acolhedor. Isso foi destacado por Silva e Brusadin (2014 p. 143):

O Estado de Minas Gerais caracteriza-se por ser dinâmico em representações sociais e tradições de uso dos seus espaços quanto ao modo de viver e conviver de seu povo. A hospitalidade mineira faz-se presente no imaginário social relacionado ao caráter mineiro e seus costumes, que lhe é próprio, tal como representada em diversos roteiros turísticos (...).

Partindo desse pressuposto analisa-se, ainda, nas respostas que os consultado destacam a maneira simples e o bom-humor dos mineiros como determinantes para caracteriza-los como hospitaleiros. Diante disso, verifica-se como as relações sociais se sobrepõem a algumas formas de profissionalismo impostos pelo mercado da hospitalidade.



Fonte: Pesquisa dos Autores (PIP, 2016)

A aprovação da hospitalidade também é percebida no gráfico 12 cujo enfoque são os mineiros e seu profissionalismo, apesar da questão comercial ser o único ponto destacado como negativo em análise anterior. Dentre, tais experiências negativas destacou-se o atendimento precário que dois entrevistados sofreram no aeroporto de Belo Horizonte e um assalto sofrido também na capital mineira que arruinou a impressão da hospitalidade como um todo.

6. Considerações finais

Através das pesquisas realizadas a fim de compor o presente artigo foi possível compreender que, conforme a teoria da dádiva de Mauss (2003), a relação de trocas sociais no que tange oferecer algo ao outro é uma das práticas mais antigas da humanidade, vista em qualquer sociedade. Sua principal característica paira sobre o ato do acolhimento ao outro, tida como hospitalidade: ato que perpassa a simples questão do acolher e figura enquanto elemento social que tem como principal marca a dádiva e a reciprocidade, processo cuja inclusão do sujeito ao ambiente social ocorre a fim de torna-lo parte do mesmo.

Neste sentido, quando tratado sobre o sacrifício do acolhimento na hospitalidade contemporânea, se encontra um cenário cuja sociedade mundial se encontra cada vez mais fechada e individualista, o que pode ser um grande promotor para que a questão da dádiva, da troca e da criação de vínculo social que se fomenta ao doar, seja perdida. Assim, a hospitalidade na contemporaneidade,

inevitavelmente passa a munir-se de uma reforma em seus conceitos e valores, altamente variáveis de sociedade a sociedade.

Porém, existem quatro elementos centrais que ainda na atualidade são indispensáveis para que a hospitalidade seja algo devidamente notado, são eles: receber, hospedar, alimentar e entreter – que não deixam de se relacionar ao que Mauss (2003) entendia como dádiva. Todavia, isso não quer dizer que tais elementos se apresentam enquanto modelos formatados padrão para que a hospitalidade seja alcançada, isso porque a hospitalidade não deve ser algo padronizado, fechado e engessado com fórmulas básicas para existir, especialmente quando se consideram os desejos e ambições que permeiam o mundo contemporâneo.

Finalmente, traçando um comparativo entre a teoria de Mauss, o sacrifício do acolhimento e a mineiridade, foi possível notar que os mineiros, especificamente de Ouro Preto (MG) possui algumas características de acolhimento que lhe atribuem o título de população afável e acolhedora. Estes elementos socioculturais e as marcas da vida cotidiana contemporânea desse povo fomentam uma noção sobre a essência do caráter da hospitalidade mineira a qual também é caracterizada pelo imprevisto e a falta de profissionalismo, ainda que a generosidade e afetividade suplantem isso na percepção dos turistas.

Portanto, tais traços passam a atribuir formas de representação que se difundem ao longo dos anos, tornando-as indissociáveis dos adjetivos e dos indivíduos. Desse modo, a mineiridade passou a tornar-se um símbolo da hospitalidade, de modo que as práticas atreladas a esse processo, consolidam os vínculos sociais, fomentam e mantém laços entre seres humanos e, estipulam então um padrão cultural que é altamente característico dessa comunidade para com os visitantes, tornando válida na mineiridade, tal como a generosidade no ato de acolher o outro independente da prática do profissionalismo mercantil.

Contudo, como não era de intento, o assunto não fora esgotado, mesmo que tenha sido dado um importante passo para o fomento de conhecimento e estímulo para o aprofundamento no tema. Ainda assim, deve ser realizado estudos posteriores os quais visem corroborar, refutar ou complementar as constatações obtidas até o momento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, R. M. de; et al. Hospitalidade comercial nos serviços de restauração: uma análise em Mossoró/RN. *CULTUR*, ano 08 - nº 01 – Fev/2014.

ARRUDA, M. A. do N. *Mitologia da Mineiridade*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

COSTA, E. R. C. Comensalidade: a dádiva da hospitalidade através da gastronomia. *CULTUR*, ano 09 - nº 02 – Jun/2015.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 42-69, mai. 2015.

FAGUNDES, E. J. Hotelaria e hospitalidade: novos campos de expansão para a atuação do profissional de relações públicas. *Cambiassu – Edição Eletrônica Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão - UFMA - São Luís - MA, Jan/Dez de 2009 - Ano XIX - Nº 5 - Vol. I.*

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOTMAN, Anne. O Comércio da Hospitalidade é Possível? Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. VI, N.2, jun.- dez. 2009.

HOLANDA, S. B. de. 1902-1982. *Raízes do Brasil*. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados*. 3. Ed. São Paulo: atlas, 1996.

LEITE, I. B. *Antropologia da Viagem: Escravos e libertos em Minas Gerais no Século XIX*. Belo Horizonte: UFMG, 1996.

MAUSS, M. *Sociologia e antropologia*. São Paulo, Cosac e Naify, 2003.

MORAES, Cláudia. C. A. E MIRANDA, Bruna P. Repúblicas estudantis: A tradição como potencialidade turística em Ouro Preto (MG). *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH- São Paulo, julho 2011.*

NEVES, Ronaldo M. Comunicação Institucional na Hospitalidade Pública de Ouro Preto. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto - MG – 28 a 30/06/2012. P.2

SALLES, Maria do Rosário Rolfsen; BUENO, Marielys Siqueira; BASTOS, Sênia. Desafios da pesquisa em hospitalidade. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. VII, n. 1, p. 3-14, jan.- jun. 2010.

SALES, G. A. F. de. O sistema da dádiva nas relações comunitárias e a constituição de alianças pelo trabalho tradicional. *CULTUR*, ano 06 - nº 02 - Jun/2012.

SANTOS, V. dos.; CANDELORO, R. J. *Trabalhos acadêmicos uma orientação para a pesquisa e normas técnicas*. Porto Alegre: Editora Age, 2006.

SILVA, Giordana P. C. BRUSADIN, B. Leandro. Os espaços da hospitalidade e as representações da mineiridade nas repúblicas estudantis de Ouro Preto (MG). *Revista Cenário*, v. 2, n. 2, 2014.

GOTMAN, Anne. O Comércio da Hospitalidade é Possível? Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. VI, N.2, jun.- dez. 2009.

VEIGA, Evandro Mendonça da. Hospitalidade e hospedagem em cidades históricas: um estudo da Cidade de Goiás. 2004. 131 f. Monografia (Especialização em Docência e Pesquisa em Turismo)-Universidade de Brasília, Brasília, 2004.