

**A arte da culinária hospitaleira:
A relação da comida com a receptividade mineira**

The art of hospitable cooking: The relationship between food and the receptivity of Minas Gerais

Lorena Luize Silva Dias¹
Maria Aparecida Teixeira Lamounier²

Resumo: Este artigo analisa a relação existente entre o povo mineiro jovem adulto, sua hospitalidade e seus hábitos alimentares e culturais. Os procedimentos metodológicos adotados foram questionário e entrevista e as análises dos dados foram feitas por meio de gráficos, a partir dos dados fornecidos pelo *Google Forms*®, e as entrevistas foram discutidas observando os autores da literatura. Os resultados mostraram que há uma relação existente.

Palavras-chave: Hospitalidade. Minas Gerais. Culinária.

Abstract: *This article analyzes the relationship between the young adult mining people, their hospitality and their eating and cultural habits. The methodological procedures adopted were questionnaire and interview and data analyzes were done using graphs, based on data provided by Google Forms ®, and the interviews were discussed observing the authors of the literature. The results showed that there is an existing relationship*

Key words: *Hospitality. Minas Gerais. Culinary.*

¹ Graduanda de Gastronomia da Faculdade Promove. E-mail: lohluizesd@gmail.com

² Especialista em Gastronomia e professora da Faculdade Promove. E-mail: cidinhalamounier@uol.com.br

1 INTRODUÇÃO

Minas Gerais, segundo Otaviano (2016), é o quarto Estado em questão de extensão geográfica do Brasil, e o segundo mais populoso, com 853 municípios. Por ser um Estado que faz divisa com vários outros, há uma cultura diversificada, que pode ser evidenciada nas misturas de sotaques: mineiros, cariocas, paulistas, baianos, capixabas e mato-grossenses.

Minas é conhecida por suas belas paisagens, porém, sua identidade cultural é percebida na população e na culinária. De acordo com Torres, Martins e Raposo (2016), a imagem desse Estado é transmitida pela figura do fogão à lenha, com panelas grandes e tachos fumegantes, com seus cheiros inconfundíveis. Esse cenário demonstra uma influência do passado histórico de Minas Gerais e algumas características de seus habitantes.

A cozinha para o mineiro é o lugar mais importante da casa, pois, as pessoas que moram ali podem compartilhar o alimento e ainda conversar ao pé do fogão à lenha (OTAVIANO, 2016). Pires (2017, pág. 408) diz que “é muito comum a associação da figura do mineiro à hospitalidade e à sua cozinha”, o que pode ser comprovada na pesquisa de Magalhães e Pinto (2008) que citam as viagens dos estrangeiros a Minas, no século XIX, resultaram na divulgação da hospitalidade mineira relacionada, em alguns casos, com as mesas fartas e as grandes quantidades de comidas servidas.

A hospitalidade pode ser definida de dois modos: doméstica e comercial, sendo que, segundo a explicação de Moreira (2008, pág. 14), o ato de “receber e acolher amigos e parentes em casa englobaria a hospitalidade doméstica, e a hospitalidade comercial é encontrada em empreendimentos comerciais”.

Segundo Jahnke (2011) a geração Y compreende os nascidos entre 1980 e 1999, (com idade de 21 a 34 anos), enquanto a geração X é a anterior, expressa uma grande força na comunicação atual fazendo desta geração em diante uma aposta no mundo da hospitalidade que deve nascer e diferenciar-se do que se tem visto até o momento, assim como também a arte de receber seus semelhantes de forma mais adequada, sabendo o que a própria geração espera encontrar e entende como um ambiente hospitaleiro, acolhedor (JAHNKE, 2011).

Desse modo, esse trabalho tem como pergunta norteadora: qual a relação existente entre o povo mineiro jovem adulto, sua hospitalidade e seus hábitos alimentares e culturais? O objetivo geral é demonstrar qual a relação existente entre o povo mineiro jovem adulto, sua hospitalidade e seus hábitos alimentares e culturais, e os objetivos específicos são:

compreender a relação do ato de receber visitas com a comida servida; analisar as influências da receptividade mineira no cotidiano doméstico; e, investigar como a receptividade de Minas Gerais está presente no âmbito gastronômico.

Dissertar sobre hospitalidade exige um estudo minucioso sobre o lugar ao qual se refere, pois, além de abranger características do ambiente físico, tem que considerar também sua população e a história de sua origem. Portanto, esse trabalho de conclusão de curso, tem como justificativas: a importância desse tipo de pesquisa para as áreas acadêmicas de Gastronomia, Turismo e Antropologismo, pois, procuram relacionar a cultura de um Estado com o hábito e comportamento de sua população, principalmente dos jovens da faixa etária de 20 a 40 anos, demonstrada por meio de processos considerados hospitaleiros; e, a relevância de demonstrar na prática como uma sociedade é influenciada por hábitos do passado, que são evidentes até a atualidade através da cultura e do ato de servir comida.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 As Minas e o seumineiro

Em uma sociedade, se conhece a população pela história de origem dela, e a de Minas Gerais se inicia no século XVI, no auge da época dos bandeirantes à procura do ouro e outras pedras preciosas (BRASIL, 2018a). Esse fato provocou um fluxo de movimentação migratório para esse novo Estado no fim do século XVII, com a promessa de riqueza. Isso resultou em paulistas, baianos e pernambucanos, entretanto, antes haviam índios que viviam nas terras, os Carijós, Caiapós, Bororós e Puris. Além desses, eram mais 100 (cem) grupos indígenas que foram dizimados à medida que o homem branco adentrava as matas (OTAVIANO, 2016).

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 (SILVA, BRUSADIN, 2014). A formação e transformação das atividades econômicas mineiras, agregadas a sua atípica e diferenciada formação, traçou características particulares de sua população. A urbanização, a religiosidade, o caráter político e desenvolvimentista, a personalidade desconfiada e retraída, a fama de bom sujeito, tímido e acolhedor, assim como as especialidades alimentares, foram construídas, dentre os demais fatores, pela influência

das atividades econômicas desenvolvidas no espaço mineiro (TORRES, MARTINS, RAPOSO, 2016).

Iglesias (1985, pág. 164-165), faz uma análise em que discorre sobre as “diversas culturas, como a dos africanos, portugueses, judeus vindos do norte de Portugal, baianos, pernambucanos, bandeirantes paulistas, sulistas, todos de passagem em busca do ouro, deixaram suas heranças na mineiridade”. Os judeus contribuíram com os casamentos consanguíneos por longas gerações, os africanos influenciaram na maneira do mineiro falar e em sua literatura, por meio do folclore, a herança portuguesa está presente nas igrejas católicas, nos conjuntos arquitetônicos e na religiosidade (OTAVIANO, 2016).

O jeito mineiro vai além do tradicional pão de queijo, vai além das diversas igrejas e imagens tombadas como patrimônio cultural, vai além da arquitetura. Influenciados por diversos costumes construídos ao longo do tempo e das relações sociais, e apurados pelas fronteiras com outros estados, os mineiros foram construindo seus hábitos (OTAVIANO, 2016, pág. 165).

2.2 Hospitalidade

A hospitalidade, em seu sentido literal seria a ação de acolher o próximo. Porém, é relativamente pouco estudada no Brasil. O termo é reduzido e utilizado como sinônimo de hotelaria em muitos países, apesar de o conceito de hospitalidade ser bem mais complexo (MOREIRA, 2008).

De acordo com Walker (2002), a palavra hospitalidade tem origem no latim *hospitalitate*, que significa o ato de hospedar, a qualidade de quem é hospitaleiro, a prática de alojar alguém gratuitamente, acolher, caracterizando uma prática tão antiga quanto a civilização.

Historicamente, a hospitalidade foi vista como um modelo de troca, que existe desde o começo da civilização, como uma prática de acolhimento, em que se dá abrigo e alimentação a indivíduos que se encontram fora do seu *habitat* natural, tendo como resultado um relacionamento direto ou não entre anfitrião e hóspede (GONÇALVES, 2012).

A hospitalidade tem como principal função mediar as relações entre as pessoas e, conseqüentemente, a convivência entre as mesmas por meio de trocas culturais e sociais, fortalecendo os núcleos de vivência. Portanto, deve-se pensar na hospitalidade como um fator social que “implica práticas de sociabilidade, parcerias e serviços que facilitam o acesso (...) e também, proporciona relações que vão além da interação imediata” (MONTEIRO,

2006, pág.2). Neves (2012), também faz uma análise da hospitalidade como um fator social, pois, de acordo com eles, a hospitalidade, está relacionada ao processo de sociabilidade entre os indivíduos e à integração dos espaços, e deve ser pensada como uma relação social, onde o encontro de pessoas ou grupos com vivências culturais diferentes determinam o ambiente hospitaleiro (NEVES,2012).

A mesa mineira, “onde sempre cabe mais um”, é a maior marca da hospitalidade do povo do Estado. O jeitinho mineiro acolhe os mais diferentes paladares, gostos, interesses e desejos: do turista aventureiro ao relaxado, de crianças à terceira idade, do rural ao urbano. Para isso, não basta apenas ouvir falar, ler ou se informar. É preciso experimentar e saborear (BRASIL, 2018b, sem pág.).

Gonçalves (2012, pág. 01) diz que “as relações sociais peculiares construídas dentro do Estado de Minas Gerais perpassam gerações e contribuem, em larga medida, para uma das características associadas, ou atribuídas, ou reconhecidas como próprias do ser mineiro: a hospitalidade”.

2.2.1 Hospitalidade caseira e Hospitalidade comercial

A hospitalidade doméstica, ou caseira, é considerada a matriz, por estar relacionada ao âmbito privado, onde surgiram todas as práticas de recebimento, hospedagem, alimentação e entretenimento dos anfitriões para com os hóspedes, inseridos no ambiente familiar. Entretanto, pode ser definida também, como a essência do acolher, o aconchego na sua forma mais simples e cotidiana, em que o anfitrião permite que o visitante sinta como se estivesse na sua própria casa (GONÇALVES, 2012).

Esse tipo de hospitalidade pode ser considerada como essencial para o entendimento de todas as outras dimensões hospitaleiras, pois representa a forma mais tradicional dessa prática, o que é comprovado por Lashley e Morrison (2004, pág.17) ao dizer que “a hospitalidade começa no contexto doméstico com as relações familiares”, estando presente, o “conjunto” dar, receber e retribuir, que contribui diretamente para o desenvolvimento dos laços de vivência social presentes no cotidiano.

É muito comum a associação da figura do mineiro à hospitalidade e à sua cozinha. Segundo Abdala (2007), a origem do costume de receber visitas com mesa farta como sinônimo de hospitalidade tem suas raízes no período português. Este fato pode ser comprovado pelos viajantes estrangeiros que estiveram na região ao longo do século XIX, e

que tiveram grande responsabilidade na divulgação da hospitalidade mineira. Alguns deles associaram-na ao hábito de servir grande quantidade de alimento às refeições (MAGALHÃES, PIRES, 2008).

Em outra dinâmica, há a hospitalidade comercial, que está diretamente associada à atividade turística, por estar relacionada aos serviços ofertados de recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento pelos meios de hospedagem privados, específicos e limitados, tendo como base a troca monetária (GONÇALVES, 2012).

Darke e Gurney (2004, pág. 112) descrevem a hospitalidade comercial de maneira bastante inusitada: “[...]hospitalidade comercial é uma simulação da visita ao lar de um anfitrião ideal, atento a todas as necessidades da visita. Contudo, esse ideal é difícil de ser alcançado”, porque ninguém está livre de cometer erros, nem mesmo funcionários bem treinados. Para Montandon (2003), a hospitalidade, mesmo que de forma comercial, promove o relacionamento entre os homens que podem ser clientes, amigos ou estrangeiros.

Selywn (2004), considera o alimento como principal ingrediente da hospitalidade, o que é exemplificado por Camargos (2006, pág. 53) quando diz que “ a oferta do alimento delimita e concretiza o ato de da hospitalidade, ainda que este alimento seja simbólico, sob a forma de um copo de água ou do pão que se reparte em algumas culturas”.

Os restaurantes, de acordo com Silva (2016) vêm ganhando destaque como espaços de hospitalidade, pois, embora os clientes estejam apressados no dia-a-dia, não dispensam o ritual do serviço em uma refeição. Além disso, apesar de ser um domínio comercial, o restaurante deve se preocupar com a relação humana resultante dessa relação comercial (SILVA, 2016).

3 METODOLOGIA

A abordagem metodológica usada neste artigo foi o método dedutivo, pois, parte das teorias e leis consideradas gerais e universais buscando explicar a ocorrência de fenômenos particulares (DINIZ, SILVA, 2008). O problema de pesquisa é qualitativo-aleatório, que de acordo com Gil (2002), a primeira consiste em verificar um vaivém entre observação, reflexão e interpretação à medida que a análise progride, enquanto, na segunda, os dados são organizados em tabelas e permitem o teste das hipóteses estatísticas. Os objetivos são descritivos, que segundo Gil (2002, pág. 42), “têm como objetivo primordial

a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

O procedimento adotado foi o estudo de campo, com delimitação de universo de Belo Horizonte de 2.375.151 pessoas de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018). A amostra foi definida por conveniência como 118 pessoas, com a faixa etária entre 20 a 40 anos.

A coleta de dados ocorreu de duas formas, com o intuito de analisar a hospitalidade caseira e a comercial. Para isso, no primeiro momento foi elaborado e aplicado por meio do *Google Forms*®, um questionário para mineiros que tivessem entre 20 a 40 anos, divulgado nas meio das redes sociais (APÊNDICE A), os resultados foram mensurados em forma de gráficos de porcentagem. No segundo momento, foram realizadas entrevistas com roteiros semi-estruturados (APÊNDICE B), para dois donos de restaurantes de comida mineira de Belo Horizonte, o 'Dona Lucinha' e o 'Xapuri', e os dados recolhidos foram analisados e discutidos baseados na revisão bibliográfica do artigo.

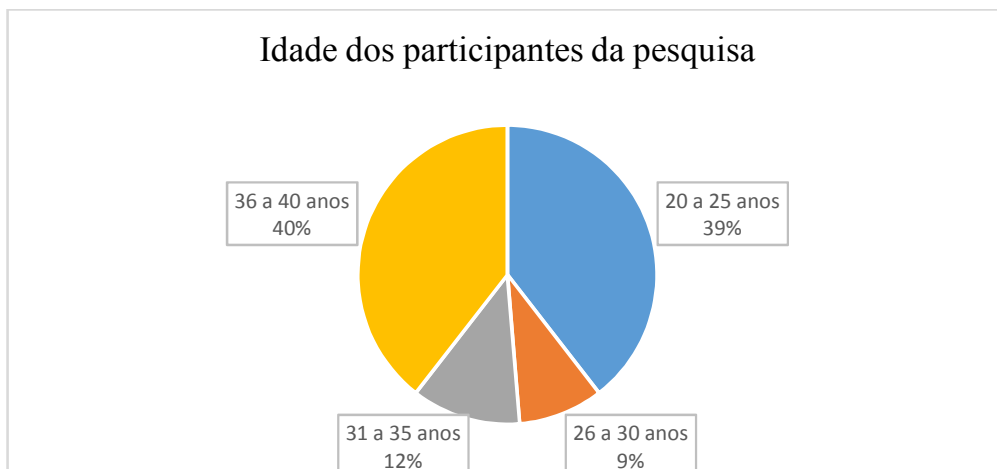
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Hospitalidade Caseira

A partir de um formulário *online* do *Google Forms*® aplicado em 118 pessoas, foi possível observar algumas características e respostas que condizem com a ideia de Gonçalves (2012), que diz:

A hospitalidade doméstica, ou caseira, é considerada a matriz, por estar relacionada ao âmbito privado, onde surgiram todas as práticas de recebimento, hospedagem, alimentação e entretenimento dos anfitriões para com os hóspedes, inseridos no ambiente familiar, entretendo, pode ser definida também, como a essência do acolher, o aconchego na sua forma mais simples e cotidiana, onde o anfitrião permite que o visitante sinta como se estivesse na sua própria casa (GONÇALVES, 2012, pág. 01).

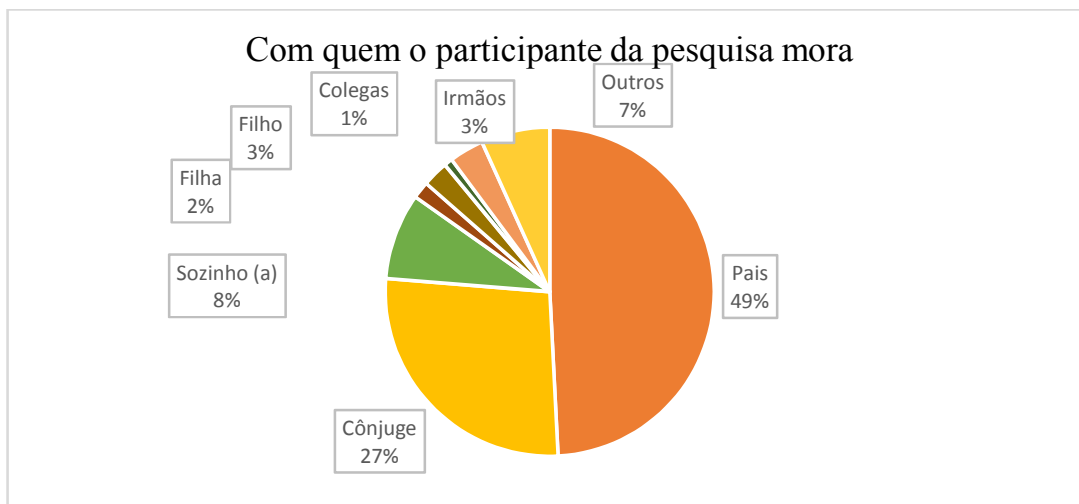
Gráfico 1 – Idade dos participantes da pesquisa



Fonte: Autoral.

De acordo com o gráfico 1, 40% dos participantes tem entre 36 a 40 anos, 39% tem 20 a 25 anos, 12%, 31 a 35 anos e 9% tem entre 26 a 30 anos. Essa contagem de imagem é importante, pois, delimita o público alvo desejado para que participe da pesquisa, devido ao fato da hospitalidade mineira ser percebida de diferentes modos pelas gerações. Jahnke (2011) afirma essa ideia ao dizer que da geração Y (21 a 34 anos) em diante hospitalidade deve nascer e diferenciar-se do que se tem visto até o momento, assim como também a arte de receber seus semelhantes de forma mais adequada, sabendo o que a própria geração espera encontrar e entende como um ambiente hospitaleiro, acolhedor. Enquanto, o gráfico 2 mostra que a maioria dos pesquisados vivem com seus pais, 49%, 27% vivem com seu cônjuge, 8% moram sozinhos, 7% com outros, 3% com irmãos, 3% com filho e 1% com colegas.

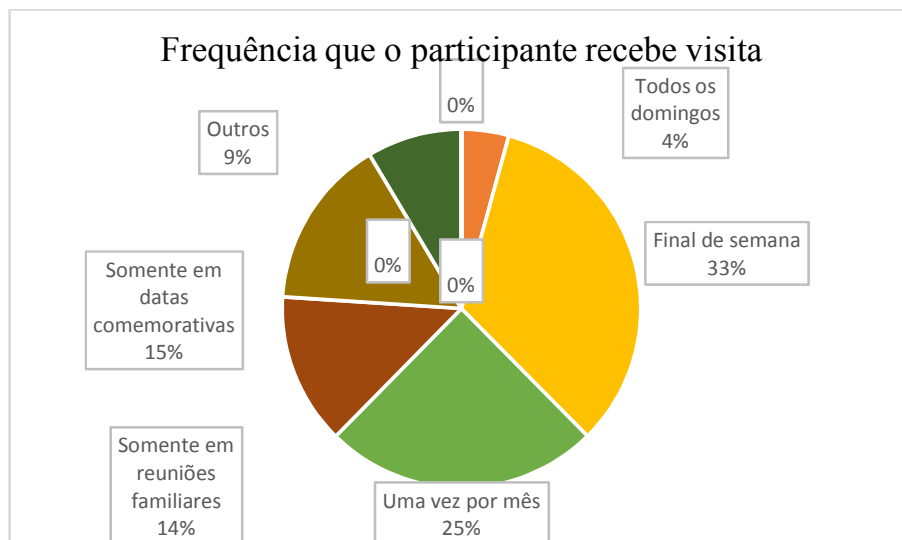
Gráfico 2 – Com quem o participante da pesquisa mora



Fonte: Autoral.

Um dos requisitos também necessários para prosseguir na pesquisa era se os participantes recebiam visitas para analisar melhor a questão da hospitalidade caseira. Foi analisado a frequência que o público alvo recebia suas visitas (Gráfico 3), em que foi percebido que 33% das pessoas recebem visitas todo final de semana, 25% recebem somente uma vez por mês, 18% em datas comemorativas, 14% somente em reuniões familiares e 9% responderam a opção outro, onde colocaram com qual frequência seria e que não estava nas opções fornecidas.

Gráfico 3 – Frequência que o participante recebe visita



Fonte: Autoral.

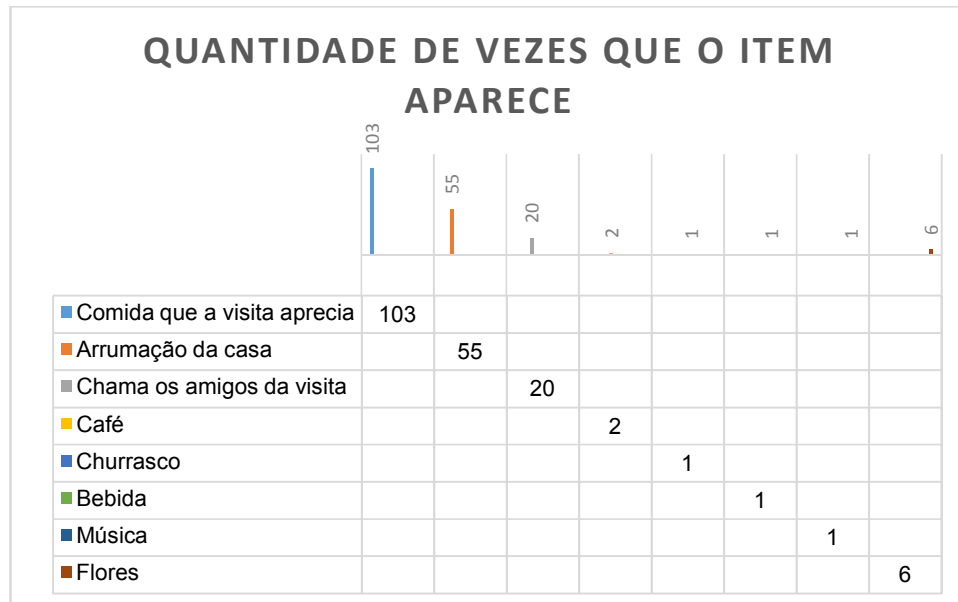
É muito comum a associação da figura do mineiro à hospitalidade e à sua cozinha, Abdala (2007), diz que a origem do costume de receber visitas com mesa farta como sinônimo de hospitalidade tem suas raízes no período português. Do mesmo lado, Gonçalves (2012) argumenta que a hospitalidade caseira é a matriz, pois, surge a prática de recebimento, hospedagem, alimentação e entretenimento dos anfitriões para os hóspedes. Isso é comprovado no Gráfico 4, que fala sobre como o anfitrião faz para agradar e fazer seu hóspede se sentir mais a vontade e acolhido. Os itens avaliados foram comida que a visita aprecia, arrumação da casa, chama amigos que conhecem a visita e flores, além desses, foi incluído a opção outro, que permitia a resposta de outro item que não estivesse listado, e com isso, apareceram as opções: café, churrasco, música e bebida.

Comida que a visita aprecia foi o item mais selecionado pelo público, aparecendo 103 vezes, o que comprova Gonçalves (2012), quando fala que hospitalidade doméstica, ou caseira, é considerada a matriz, por estar relacionada ao âmbito privado, onde surgiram todas as práticas de recebimento, hospedagem, alimentação e entretenimento dos anfitriões para com os hóspedes.

Arrumação da casa apareceu 55 vezes, enquanto, chama os amigos que conhecem a visita e flores apareceram respectivamente, 20 e 6 vezes. São itens que demonstram o cuidado e zelo do mineiro para causar uma boa impressão em seu convidado, o que é observado por Neves e Alexandre (2006), quando fazem uma análise da hospitalidade como

um fator social, pois, de acordo com eles, a hospitalidade, está relacionada ao processo de sociabilidade entre os indivíduos e à integração dos espaços, e deve ser pensada como uma relação social, onde o encontro de pessoas ou grupos com vivências culturais diferentes determinam o ambiente hospitaleiro.

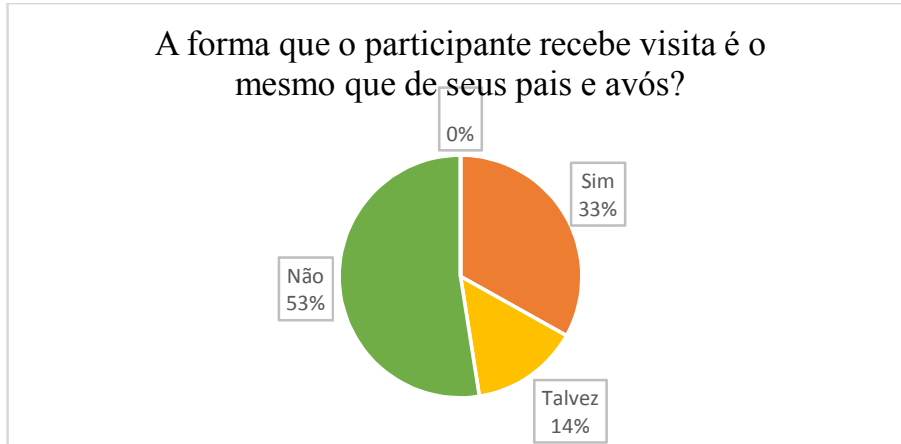
Gráfico 4- Quantidade de vezes que o item aparece



Fonte: Autoral.

Gonçalves (2012, pág. 01) diz que “as relações sociais peculiares construídas dentro do Estado de Minas Gerais perpassam gerações e contribuem, em larga medida, para uma das características associadas, ou atribuídas, ou reconhecidas como próprias do ser mineiro: a hospitalidade”. Visto isso, foi perguntado se os entrevistados viam diferença no modo que seus pais – avós recebem ou recebiam visitas em relação ao modo que recebem. A partir do gráfico 5, percebe-se que a 52, 5% não percebem diferença, enquanto 33,1 % percebem sim essa diferença e 14,4 % dizem que talvez existe essa diferença.

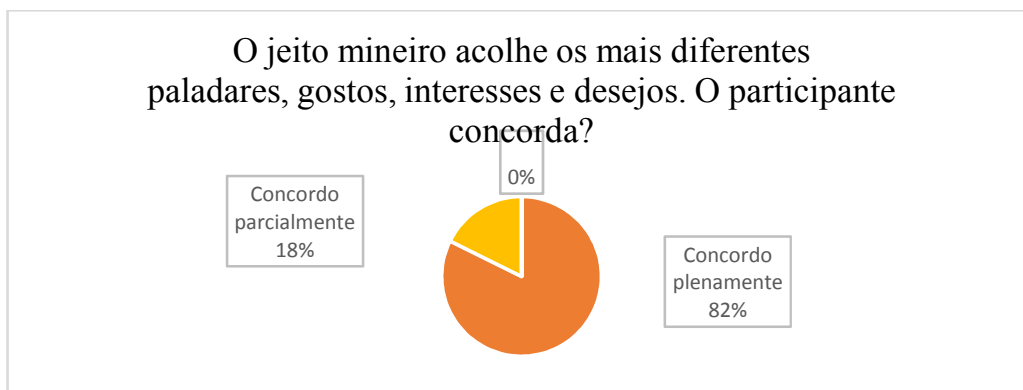
Gráfico 5 –A forma que o participante recebe visita é o mesmo que o de seus pais e avós?



Fonte: Autoral.

Brasil (2018b) fala que a mesa mineira, “onde sempre cabe mais um”, é a maior marca da hospitalidade do povo do Estado. O jeitinho mineiro acolhe os mais diferentes paladares, gostos, interesses e desejos: do turista aventureiro ao relaxado, de crianças à terceira idade, do rural ao urbano. Para isso, não basta apenas ouvir falar, ler ou se informar. É preciso experimentar e saborear. Esse argumento foi confirmado por 82% pessoas, mostrado abaixo no gráfico 6, que concordaram plenamente. Entretanto, 18% das pessoas concordaram parcialmente.

Gráfico 6- O jeitinho mineiro acolhe os mais diferentes paladares, gostos, interesses e desejos. Você concorda com essa afirmação?



Fonte: Autoral.

4.2 Hospitalidade comercial

Darke e Gurney (2004, pág. 112) descrevem a hospitalidade comercial como uma simulação da visita ao lar de um anfitrião ideal, atento a todas as necessidades da visita, o que pode ser observado na entrevista 1, no restaurante Dona Lucinha, quando x entrevistadx fala:

Desde que a mamãe abriu o restaurante, ela falou assim, a partir de amanhã vai entrar gente por aquela porta, eu não quero que vocês recebam nenhum deles como cliente, mas como uma visita. Quando eles entrarem ali, eu quero que eles sejam recebidos, mas como se recebesse uma visita, porque eles poderiam estar em outro estabelecimento, mas resolveram estar nessa casa (ENTREVISTADX 1).

Além disso, ao perguntar x entrevistadx 2, do restaurante Xapuri, sobre essa questão de hospitalidade em seu estabelecimento elx disse que “Todas as ações, desde a hora que o cliente chega até a hora de ir embora, é sentir em casa né. Fazer com que ele se sinta num lugar comum, se sinta a vontade”. Isso comprova o argumento de Montandon (2003), ao afirmar que a hospitalidade, mesmo que de forma comercial, promove o relacionamento entre os homens que podem ser clientes, amigos ou estrangeiros.

Os restaurantes, de acordo com Silva (2016) vêm ganhando destaque como espaços de hospitalidade, pois, embora os clientes estejam apressados no dia-a-dia, não dispensam o ritual do serviço em uma refeição. Isso é notado quando x entrevistadx 1 e 2 falam sobre a influência que existe da receptividade em seus estabelecimentos.

Eu acho que é fortíssima, e são os clientes que dizem. Eles dizem com todas as letras, que aqui se sentem em casa. Só de entrar em um lugar aconchegante, cheio de história, já tem um sentimento bom, eles falam: nossa, a gente se sente bem entrando aqui”, aquela expressão de que se sentem acolhidos ali (ENTREVISTADX 1).

Eu vejo como um diferencial, com certeza, está no pilar dos nossos valores (ENTREVISTADX 2).

Apesar de ser um domínio comercial, o restaurante deve se preocupar com a relação humana resultante dessa relação comercial (SILVA, 2016). Por isso, foi questionado de que modo é aplicado o termo hospitalidade nos restaurantes, visando compreender essa relação humana num âmbito comercial. Segundo x entrevistadx 1, ”Se aplica como uma máxima, porque, para nós isso é tão forte, que se pela comida ele não se sentir encantado, ou não gostar, não seja o estilo, ele vai sair daqui como um lugar que foi bem recebido”, enquanto para x entrevistadx 2, “Todas as ações, desde a hora que o cliente chega até a hora

de ir embora, é sentir em casa né. Fazer com que ele se sinta num lugar comum, se sinta a vontade”.

Uma questão levantada foi se ambos responsáveis dos restaurantes recebem visita em casa e o que levam em consideração para receber essa visita, pois, de acordo com Gonçalves (2012), a hospitalidade doméstica, ou caseira, é considerada a matriz, por estar relacionada ao âmbito privado, onde surgiram todas as práticas de recebimento.

Sim, hoje é menos né? Tem 5 anos que eu retorno para a cozinha, ai acaba que temos menos tempo, hora em casa. Mas ai a gente acaba recebendo no restaurante, eu considero o restaurante minha casa. Acho que isso é herança tanto italiana quanto portuguesa, que a gente agrada com comida né, então a agente quer agradecer e “soca” comida na visita (ENTREVISTADX 2).

Eu hoje me sinto visita em casa, eu mesmo visito minha casa. Saio de domingo a domingo. Levo em consideração o sentimento de receber uma pessoa, vou te falar uma coisa e ai depois você encaixa: desde que a mamãe abriu o restaurante, ela falou assim, a partir de amanhã vai entrar gente por aquela porta, eu não quero que vocês recebem nenhum deles como cliente, mas como uma visita. Quando eles entrarem ali, eu quero que eles sejam recebidos, mas como se recebesse uma visita, porque eles poderiam estar em outro estabelecimento, mas resolveram estar nessa casa. Então isso de hospitalidade em nós, ela é introjetada. Porque se o cliente, a gente já aprendeu e recebeu como visita, é o conceito de receber com todo acolhimento possível, para se fazer se sentir em casa, bem (ENTREVISTADX 1).

Por fim, foi perguntado sobre a receptividade e o hábito mineiro, que para Brasil (2018), a mesa mineira, onde sempre cabe mais um, é a maior marca da hospitalidade do povo do Estado. De acordo com x entrevistadx 2, “Mineiro é muito difícil de você taxar, você identificar, porque Minas são muitas né. Mas se pudermos identificar uma coisa que é em comum a todos os mineiros, tanto do norte como do Sul é a hospitalidade”, enquanto, para x entrevistadx 1:

Existe, o mineiro tem uma hospitalidade natural, ele sabe receber, ele é receptivo, tem vontade de agradar, de servir, de oferecer, eu vejo muito as pessoas comparando o modo mineiro de receber com o carioca, o carioca é muito gentil na rua, mas ele não te leva a casa dele, faz programa com você, vai pro bar e faz amizade, mas não te leva pra casa dele. O mineiro não, ‘vai pra minha café, vem tomar café’, recebe, marca uma visita, eu acho que os mineiros tem um diferencial em relação a questão de hospitalidade (ENTREVISTADX 2).

5 CONCLUSÃO

Dissertar sobre hospitalidade mineira é muito importante pois remete a um histórico cultural. Por isso, este artigo teve como objetivo analisar qual a relação existente

entre o povo mineiro jovem adulto, sua hospitalidade e seus hábitos alimentares e culturais. Os resultados, mostraram que para a amostra de 118 mineiros a hospitalidade está presente em suas vidas, e isso remete a um passado, de sua geração anterior (pais, avós, tios). Portanto, há uma relação existente entre o povo mineiro jovem adulto e a hospitalidade de Minas Gerais.

Além disso, os objetivos específicos: compreender a relação do ato de receber visitas com a comida servida; analisar as influências da receptividade mineira no cotidiano doméstico; e, investigar como a receptividade de Minas Gerais está presente no âmbito gastronômico; foram explorados e cumpridos para que se chegasse aos resultados.

A dificuldade encontrada nesta pesquisa foi a ausência de mais tempo para que a pesquisa fosse desenvolvida com mais profundidade. Se houvesse um prazo maior, questões como: as diferenças de hospitalidade entre as gerações; o contraste em se acolher o hóspede no interior de Minas Gerais e na capital; e, a hospitalidade mineira em restaurantes de cidades do interior; poderiam ser estudadas e evidenciadas com o intuito de enriquecer o estudo.

Esta ausência demonstra a importância de continuar pesquisas como esta que evidencia um povo, com uma história rica culturalmente e economicamente, afinal, ser mineiro é mais que falar “uai”, “trem”, “sô”, é perceber que faz parte de uma cultura enraizada desde o começo, de ter culinária farta e compartilhar.

REFERÊNCIAS

- ABDALA, Mônica Chaves. *Receita de Mineiridade: a cozinha e a construção da imagem do mineiro*. 2ª ed. Uberlândia: EDUFU, 2007, 182 p.
- BRASIL. *Conheça a história de Minas Gerais*. Disponível em: <<http://mg.gov.br/conheca-minas/historia>>. Acesso em: 25 de Março. 2018a.
- BRASIL. *Conheça Minas Gerais e se encante!*. Disponível em: <<http://www.minasgerais.com.br/pt/conheca>>. Acesso em: 25 de Março de 2018b.
- CAMARGOS, Luiz Octavio de Lima. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph. 2006.
- CRESWELL, John W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DARKE, Jane; GURNEY, Craig. Como alojar? Gênero, hospitalidade e performance. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Orgs.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Traduzido por Carlos David Szlak. Barueri: Manole, 2004.
- DINIZ, Célia Regina; SILVA, Iolanda Barbosa da. *Metodologia científica – Campina Grande*; Natal: UEPB/UFRN - EDUEP, 2008.
- FARIA, Valéria Gomes; MACHADO, Andressa Cardoso; RATZLAFF, Beatriz Kirsch Berger; CARMO, Enedina Silva do; PEREIRA, Ketlyn de Lima; MARQUEZAN, Fernanda Figueira. O jovem adulto: desafio e suas conquistas. *Educação e e cinência na era digital*. 2011.
- GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projeto de pesquisa*. 4ª edição: São Paulo. 2002.
- GONÇALVES, Antônio Augusto Oliveira. *Do regional ao nacional: a cozinha e a identidade do mineiro*. 2012.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Belo Horizonte*. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/belo-horizonte/panorama>>. Acesso em : 12 de maio de 2018.
- IGLESIAS, Francisco. *Três séculos de Minas Gerais*. Belo Horizonte: Biblioteca pública estadual Luiz de Bessa, 1985.
- JAHNKE, Cláudia. *Hospitalidade: O posicionamento da geração Y*. 2011.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004.

MAGALHÃES, S. M; PIRES, M.C. Patriazinha: a formação de identidade do mineiro. *Revista Área Doménio*, 3, pag. 187-203. 2008.

MONTANDON, Alain. Hospitalidade Ontem e Hoje. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Orgs.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Thomson Learning, 2003.

MONTEIRO, Marcelo da Graça. As Relações entre Hospitalidade e Turismo: Análises e perspectivas dos ambientes em que ocorrem. *IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*, 7 e 8 de julho. Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2006.

MOREIRA, Tathiana Arantes Alves. *Novos caminhos da hospitalidade: a experiência do cama e café – Santa Teresa – RJ*. 2008.

NEVES, Ronaldo Mendes. Comunicação Institucional na Hospitalidade Pública de Ouro Preto. *XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, 28 a 30 de junho. Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2012.

OTAVIANO, Doralice. Influência da terapia comunitária na cultura de Minas Gerais. *Temas em educação e saúde*, vol.12, n.2, pag. 163-174. 2016.

PIRES, Maria do Carmo. Das viagens dos cientistas no século XIX aos modernistas: a Mineiridade e o despertar do turismo das cidades históricas de Minas Gerais, Brasil. *Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 9 (III), pag. 405-416. 2017.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. *Cálculo amostral*: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 15 de Abril, 2018.

SELYWN, Tom. Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (org.). *Em busca da hospitalidade: perspectiva para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole2004, pág. 25-50.

SILVA, Giordana Priscila Costa; BRUSADIN, Leandro Benedini. *Os espaços da hospitalidade e as representações da mineiridade nas repúblicas estudantis de Ouro Preto (MG)*. 2014.

SILVA, Luciana Marchetti da. *A culinária caiçara e a prática da hospitalidade nos restaurantes especializados em peixes e frutos do mar da baixa santista*. 2016.

TORRES, Daniela Almeida Raposo; MARTINS, Bruna Livia; RAPOSO, Amanda Almeida. A relação entre a culinária mineira e o desenvolvimento de Minas Gerais no século XVIII. *XVII Seminário sobre a Economia Mineira*, vol.3, pag.171-196. 2016.

WALKER, John R. *Introdução à hospitalidade*. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002.

