

Educação Integral dos Trabalhadores

CURSO TÉCNICO EM HOSPEDAGEM

Eixo Tecnológico: Turismo, Hospitalidade e Lazer

CADERNO I: Subsídios para Estudos

Nome: _____

Florianópolis, 2014

ESCOLA DE TURISMO E HOTELARIA CANTO DA ILHA

Av. Luiz Boiteux Piazza, 4810 – Ponta das Canas
CEP 88056-000 – Florianópolis – SC
Tel.: 48-3284-8820
E.mail: secretariaethci@escoladostrabalhadores.org.br
www.escoladostrabalhadores.org.br

Diretor Geral
JOSÉ CELESTINO LOURENÇO

Diretor Financeiro
VALEIR ERTLE

Coordenação Pedagógica
ALINE MARIA SALAMI
ROSANA MIYASHIRO

Apoio Pedagógico
BIBIANA MAGNABOSCO
CÉLIA ADRIANA MIYASHIRO

Equipe de Educadores
ANA CAROLINA RODRIGUES HERRERA
CRISTIANE HOLZ
DANILO CAMPO
EVARISTO DOPICO LUZARDO
JOSÉ MANOEL SARAIVA FARIA
SALETE DA APARECIDA MARTINS
THERBIO FELIP MORAES CEZAR

Administrativo
LILIAN CANTARELLI SCHELLIN

Auxiliar de Serviços Gerais
MARINEIDE REHEM DE SOUZA

“Mulheres e homens, somos os únicos seres que, social e historicamente, nos tornamos capazes de aprender. Por isso, somos os únicos em que aprender é uma aventura criadora, algo, por isso mesmo, muito mais rico do que meramente repetir a lição dada. Aprender para nós é construir, reconstruir, constatar para mudar, o que não se faz sem abertura ao risco e à aventura do espírito”.
Paulo Freire

Prezado (a) estudante,

Desejamos boas vindas ao Curso Técnico em Hospedagem!

O **Caderno I: Subsídios para Estudos** que ora apresentamos constitui-se num referencial básico para a construção de conhecimentos durante o nosso Percorso Formativo. Juntamente com materiais complementares que serão incluídos no decorrer do curso, tem como objetivo enriquecer os debates e reflexões em torno das temáticas de nosso currículo, pois a Educação Integral dos Trabalhadores proposta pela nossa Escola pressupõe a Educação Profissional não como o domínio de uma ou mais técnicas restrita as exigências do mercado, mas busca ampliar conhecimentos que permitam compreender as diversas dimensões do processo de trabalho e da sociedade.

Esperamos que todos se dediquem e aproveitem o máximo. Bom estudo!

José Celestino Lourenço

Diretor Geral

Rosana Miyashiro e Aline Maria Salami

Coordenação Pedagógica

SUMÁRIO

1. AS VIAGENS, SEUS VIAJANTES E OS RELATOS DO BRASIL: DE CAMINHA À WELLS	06
2. HISTÓRIA DA HOTELARIA	07
3. REFLEXÕES SOBRE A HOSPITALIDADE	10
4. O QUE É O TURISMO?	13
5. HISTÓRIA DE LUGARES, de Paulo César Fonseca das Neves	15
6. CONOCE TUS DERECHOS	17
7. TURISMO SUSTENTÁVEL E INFÂNCIA	18
8. MERCADO DE TRABAJO, de Pedro Luis Batanero	20
9. EMPLEO Y DESEMPLEO EN EL TIEMPO DEL MIEDO, de Eduardo Galeano	21
10. TURISMO, de Rubem Alves	22
11. ORGANIZAÇÃO DO TURISMO	23
12. ¿A QUIÉN LE INTERESA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?, de Adriano Larentes da Silva e Hanen S. Kanaan	25
13. WERE THE STREETS HAVE TO NOME, de U2	27
14. MEMORIA DEL CUERO, de Jorge Drexler	28
15. HOSTING MEANS	29
16. QUALIFICAÇÃO E REQUALIFICAÇÃO: A SERVIÇO DE QUEM? Maristela Miranda Barbara	31
17. GESTÃO: UMA NECESSIDADE HUMANA, de Luiz Gabriel Angenot	32
18. TIPOS DE SERVIÇOS EM ALIMENTOS E BEBIDAS	33
19. DIFICULDADES EM BUSCA DA VERDADE, de Marilena Chauí	35
20. TRABALHO, NATUREZA E AÇÃO HUMANA, de João dos Reis Filho	37
21. NUTRIÇÃO E ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: A PRODUÇÃO E O CONSUMO DE ALIMENTOS, de Aline Maria Salami	38
22. O SETOR DE A&B E A QUALIDADE SANITÁRIA DOS ALIMENTOS	40
23. PLANEJAMENTO NAS ORGANIZAÇÕES	43
24. ORGANOGRAMA HOTELEIRO	46
25. PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS?	48
26. PARAÍSO?	50

AS VIAGENS, SEUS VIAJANTES E OS RELATOS DO BRASIL: DE CAMINHA À WELLS

"Deram-lhes ali de comer: pão e peixe cozido, confeitos, fartéis, mel, figos passados. Não quiseram comer daquilo quase nada; e se provavam alguma coisa, logo a lançavam fora. Trouxeram-lhes vinho em uma taça; mal lhe puseram a boca; não gostaram dele nada, nem quiseram mais. Trouxeram-lhes água em uma albarrada, provaram cada um o seu bochecho, mas não beberam; apenas lavaram as bocas e lançaram fora. Viu um deles umas contas de rosário, brancas; fez sinal que lhas dessem, e folgou muito com elas, e lançou-as ao pescoço; e depois tirou-as e meteu-as em volta do braço, e acenava para a terra e novamente para as contas e para as contas e para o colar do Capitão, como se dariam ouro por aquilo. Isto tomávamos nós nesse sentido, por assim o desejamos! Mas se ele queria dizer que levaria as contas e mais o colar, isto não queríamos nós entender, por que lho não havíamos de dar! E depois tornou as costas a quem lhas dera. E então estiraram-se de costas na alcatifa, a dormir sem procurarem maneiras de encobrir suas vergonhas, as quais não eram fanadas; e as cabeleiras delas estavam bem rapadas e feitas." (Pero Vaz de Caminha, 1500.)

"Não se paga hospedagem, mas ao pé do rancho há uma venda em que o proprietário vende o milho que serve de alimento aos animais dos itinerantes; indeniza-se assim amplamente da despesa que fez para levantar o rancho, e citaram-me o nome de proprietários que possuem até cinco ranchos à beira da estrada." (SAINT-HILAIRE, 1840.)

"[...] já em 1818, com a afluência dos estrangeiros, vários proprietários transformaram os portões em lojas, alugando-as a uns franceses donos de café, que logo utilizaram o primeiro andar para bilhares e mais tarde o resto do edifício para casas de comodos. Elegantes tabuletas bem pintadas e vitrinas com colunas de mármore, vindas de Paris, enfeitam hoje esses estabelecimentos procurados pelos estrangeiros que desejam passar um momento na cidade ou se hospedar de modo a comunicar-se facilmente com seus navios. Vê-se, no mesmo lado, uma galeria (passagem muito frequentada) que conduz a pequenas ruas muito antigas, onde se encontra o tipo primitivo de albergue português, cujo balcão se orna de uma enorme lanterna de zinco enfeitada com folhagens de mesmo metal e artisticamente pintadas de cor-de-rosa ou verde. A lanterna em cima um braço de ferro ao qual se suspende uma tabuleta donde se destaca, em fundo branco, a efigie de um animal cujo nome se inscreve ainda embaixo, nos seguintes termos: 'isto é um gato, um leão, uma cobra', inscrição ingênua que bem demonstra a ingenuidade do quadro. Essas hospedarias destinadas aos habitantes do interior e situadas perto dos lugares de desembarque comportam armazéns para depósitos provisórios das mercadorias e assemelham-se bastante às da Itália. Vê-se na cidade o mesmo gênero de tabuleta, sem a lanterna, à porta das casa de pasto." (DEBRET. Viagem pitoresca e história ao Brasil. 1894.)

"(...) um hotel realmente bom, algo semelhante àqueles dos Estados Unidos (...). Existem muitos hotéis espalhados pela cidade, alguns mais ou menos pretensiosos, mas nenhum apresenta grau de conforto tão essencial para uma grande cidade como o Rio de Janeiro." (HADFIELD, William. 1877).

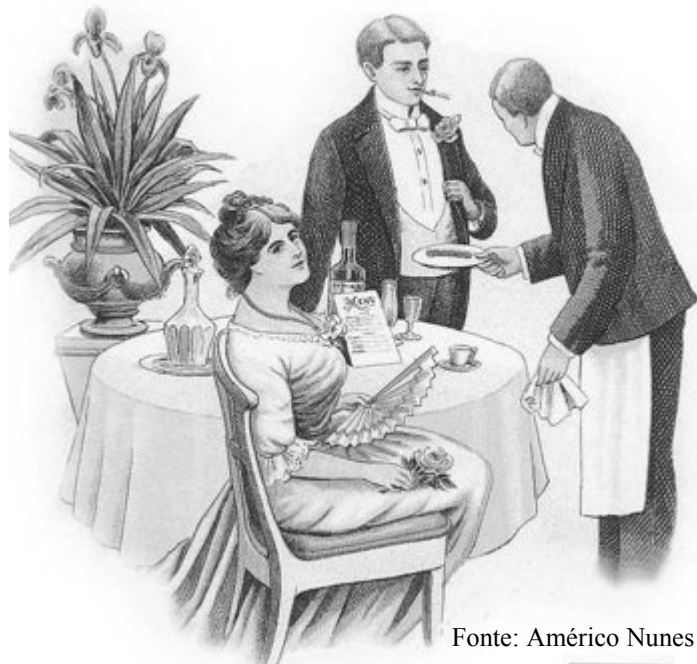
"Existiam então (e agora muito mais) 12 linhas de paquetes, 11 de cabotagem e 4 ferrovias convergindo para o Rio, todas trazendo 317.760 passageiros de primeira classe para a cidade, por ano, ou em média, 870 por dia. Mesmo com todo este movimento e o relativamente grande número de hotéis, não existe um que preencha os requisitos usuais da primeira classe." (WELLS, James. Exploring and traveling three thousands miles trough Brazil from Rio de Janeiro to Maranhão. 1886.)

HISTÓRIA DA HOTELARIA

A hotelaria é bem mais antiga do que se imagina. Comerciantes que negociavam entre a Europa e o Oriente, no século VI a.C., utilizavam-se do serviço de hospedagens, disponibilizados em partes de residências ou quartos, durante suas viagens. Nos primórdios da hotelaria, o conforto, a higiene e a privacidade não eram requisitos essenciais como atualmente. Geralmente, os quartos das hospedarias acomodavam em um único espaço diferentes pessoas. Os banheiros não eram privativos e os hóspedes mesmo se serviam. Havia casos, entretanto, de hospedarias com um conceito superior, que recebiam pessoas de classes mais abastadas, oferecendo serviços de qualidade. Para se ter uma idéia, na época do Império Romano existiam os palacetes, conhecidos como "hostellum", onde reis e nobres se hospedavam.

Em seu processo natural de evolução, através dos tempos, a hotelaria foi se aprimorando, assimilando e aplicando novos conceitos. Leis de regulamentação de preços, aumento na qualidade dos serviços, na higiene e na alimentação foram apenas algumas das melhorias que foram acontecendo. Foi na França, em 1407, onde criou-se a primeira lei para registro de hóspedes visando aumentar a segurança das hospedarias.

No ano 1561, também na França, as tarifas das pousadas foram regulamentadas e por consequência os hóspedes passaram a exigir maior conforto. Por outro lado, na Inglaterra, no período de 1750 a 1820, as estalagens foram substituídas pelos Inns, que ofereciam diversidade de serviços, alto padrão de limpeza e excelente alimentação. A Europa, que foi a pioneira na hotelaria, nos 50 anos seguintes perdeu a sua liderança para os Estados Unidos, que após a Revolução Industrial, já eram os maiores do mundo em números de albergues e ofereciam os melhores serviços da época. No final do século XIX, a expansão da economia norte-americana provocou aumento no turismo de negócios e no de lazer.



Fonte: Américo Nunes

O conceito de apartamentos "double" e "single", bem como a disponibilização de utensílios para higiene pessoal e sabonete cortesia, remonta ao ano de 1829, numa iniciativa do "Tremont House", de Boston, considerado o maior e mais caro hotel da época. A continuidade das inovações veio com César Ritz, em 1870, ao construir o primeiro hotel em Paris, considerado o marco inicial da hotelaria planejada, que além de banheiro privativo, investiu na uniformização dos funcionários.

O modernismo tem seu início em 1908, com a inauguração do "Statler Hotel" em Búfalo. Na década de 50, surgiram nos Estados Unidos os motéis, que se multiplicaram rapidamente, fazendo concorrência com os hotéis. Com o passar do tempo, houve uma

incorporação dos motéis pela associação norte-americana de hotéis, o que possibilitou a aproximação dos dois segmentos.

A Hotelaria no Brasil

No período colonial, que os colégios e os mosteiros tenham sido as primeiras hospedarias, atendiam viajantes mais ilustres e outros menos ilustres por ações caridosas. Como exemplo, o Colégio de Jesus, na cidade de Salvador e o Mosteiro de São Bento, na cidade do Rio de Janeiro. São Paulo foi e é o palco das grandes investidas do mercado hoteleiro. Mesmo que novos conceitos surgem em outras regiões, é de São Paulo que os grupos de investidores, operadoras, construtores e agentes imobiliários se reúnem para articular e estudar as melhores estratégias de implantação de conceitos. A cidade faz parte do marco histórico do desenvolvimento hoteleiro no Brasil. É do Século XVII os primeiros relatos do início da atividade de hospedagem em São Paulo. É deste período que surge a figura de Marcos Lopez como hoteleiro oficial, muito normal na época encontrar ambientes para hospedagem atrelada a outras atividades principais.

O viajante procurava uma hospedagem junto aos Barbeiros, alfaiates e sapateiros que eram proprietários de estalagens em conjunto com a sua atividade. Possuíam o título de vendedores de alimentos e hospedagem. Mas não demorou muito para surgir a definição de “vendeiros” e “taberneiros”, como forma de organizar o mercado.

No início do século XVIII, surge a necessidade de se classificar formalmente os meios de hospedagens então existentes. Foi adotado como critério a divisão em 5 categorias, que iam desde "simples pouso de tropeiro" (1ª categoria) até hotéis (5ª categoria). Há de observar que nesta época, 1870, já existiam muitos hotéis importantes na capital paulista, mas as pessoas somente podiam se hospedar nos hotéis tradicionais mediante carta de apresentação. Impulsionado pelo turismo de negócios, o setor começa a experimentar grande destaque e notória expansão, ganhando, inclusive, fama internacional. As belezas naturais e a música popular conferem prestígio ao país, e começam a despontar destinos importantes como o Rio de Janeiro, onde o marco da hotelaria foi a inauguração do Copacabana Palace, decisivo na consolidação da capital fluminense como pólo de turismo e lazer. Os fazendeiros instalados em São Paulo no final do séc. XIX, na necessidade de melhor servir os homens de negócios ergueram meios de hospedagem. E com a urbanização do país, a criação de vilas e cidades, a vida comercial se intensificava surgindo em todas as regiões do Brasil tipos de hospedagem como: Tabernas, Casas de Pastos, Hospedarias e Albergues.

ANOS 40

Na década de 40, houve grande desenvolvimento da hotelaria devido aos incentivos do governo. Foram construídos vários hotéis, entre eles o "Grande Hotel São Pedro". Contribuíram para o avanço da hotelaria no Brasil, o crescimento da rede Othon (uma das maiores do mundo), Vila Rica e Luxor.

ANOS 70

No início da década de 70, o Brasil experimenta um rápido crescimento no setor. A criação da Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) viabilizou a aprovação de inúmeros projetos ligados ao segmento de turismo e hotelaria. Essa fase de expansão coincidiu com a disponibilidade de financiamento de longo prazo (EMBRATUR, FINAME, etc.) e

incentivos fiscais (SUDENE, SUDAM) para a construção de hotéis. A década de 70 assinala, enfim, o surgimento dos primeiros grandes hotéis existentes no país, principalmente nas cidades onde havia um misto de negócios e turismo, como Salvador e Rio de Janeiro. Nas cidades turísticas, além de financiamentos, os hotéis contavam com incentivos fiscais.

ANOS 80

Nos primeiros anos da década de 80, com a crise econômica, as perspectivas de novos e lucrativos empreendimentos imobiliários para pequenos e médios investidores não eram animadoras. E todos esses fatores reunidos, levaram ao surgimento do fenômeno dos apart hotéis ou flat services, um produto desenvolvido para atender à nova realidade do mercado, oferecendo ao setor de construção a oportunidade de um negócio novo, seguro e viável. O sucesso do novo produto, que atendia tanto às expectativas dos investidores quanto dos usuários, foi imediato. Na condição de imóvel comercial para fins de locação, o apart-hotel tem um custo relativamente baixo, visto que é viabilizado através de comercializações individuais. Já os usuários encontraram uma solução de hospedagem mais barata, porém, com boa qualidade de serviços hoteleiros. O maior exemplo de desenvolvimento de apart-hotéis ocorreu na cidade de São Paulo, que além de ter sido a pioneira, foi a cidade onde este conceito mais se proliferou, considerando a sua forte vocação para o turismo de negócios.

ANOS 90

Na década de 90, a indústria hoteleira no Brasil passou a vislumbrar uma nova fase de desenvolvimento. No início do Governo Collor, o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) começou a oferecer uma linha de crédito especial para a construção de hotéis. Apesar de apresentar condições (prazo e juros) significativamente desfavoráveis em relação às fontes de financiamento de hotéis no exterior, muitas propriedades hoteleiras foram financiadas pelo BNDES.

Fonte: Miriam Rejowski, O turismo no Percurso do tempo, 2002.

Indicação de leituras complementares sobre o tema:

- Confederação Nacional do Comércio. **Breve História do Turismo e da Hotelaria.** Rio De Janeiro : Conselho de Turismo, 2005. p.38

REFLEXÕES SOBRE A HOSPITALIDADE

O termo hospitalidade aparece geralmente relacionado ao turismo e à hotelaria. Dentro das organizações, as ações de hospitalidade relacionam-se à gestão de pessoas, gestão de produtos e serviços, nas relações públicas e nas orientações para um “bom relacionamento” com o “cliente-turista”. É recorrente a manipulação do conceito de hospitalidade sem considerar o trabalhador envolvido no processo. Aliás, muitas vezes, o próprio trabalhador não se reconhece com um sujeito fundamental na hospitalidade.

Segundo Silveira (2005), a hotelaria pode *“ser compreendida como uma espécie de profissionalização dos ritos e da estrutura da Hospitalidade, transformando o ato de hospedar em mercadoria”*. A partir disso, existe o que se pode chamar de indústria da Hospitalidade.

Porém, o conceito de hospitalidade é ambíguo e comporta múltiplas dimensões ao tratar das relações sociais ao longo da história envolvendo as diferentes formas de recepção dos grupos humanos para com outros grupos deslocados temporariamente do seu lugar. A relação entre hospitalidade e acolhimento, considerando à alteridade (ao outro diferente de mim) demonstra a amplitude desse conceito.

Mas o que é de fato ser hospitaleiro? Como a hospitalidade relaciona-se com as práticas sociais contemporâneas? Ou seja, em que circunstâncias se pratica a hospitalidade? É possível uma hospitalidade sem considerar as diversas culturas? Como é a relação de hospitalidade com pessoas próximas, com companheiros de trabalho e com pessoas desconhecidas (incluindo turistas)?

Essas são algumas questões que podemos levantar inicialmente para pensarmos a atuação profissional na prestação de serviços no turismo.

Na conceituação da hospitalidade podemos destacar, ainda, vários enfoques, tais como o filosófico, que aborda a capacidade de acolhimento do outro em sua singularidade, transcendendo leis e regras locais, para ceder-lhe um *locus* em que lhe é oferecido a hospitalidade. Camargo (2002) destaca que a Hospitalidade *“está presente no pensamento mítico, religioso e científico dos mais diferentes povos”*. Sendo assim, o termo Hospitalidade é princípio básico de um grande número de ordens religiosas, sendo que até hoje os mosteiros cultuam as suas regras para um bom funcionamento.

O enfoque sociológico enfatiza as relações sociais de contato e acolhimento daqueles considerados estrangeiros, visitantes, viajantes e turistas, em vários âmbitos, desde a hospedagem à gastronomia, passando pelo lazer e pelo divertimento. Boff (2005), a partir de uma visão humanista, sinaliza que o ideal da hospitalidade *“deve ajudar a formular boas leis e a inspirar políticas públicas generosas que viabilizem a acolhida do estrangeiro, do imigrante, do refugiado e do diferente”*.

O enfoque antropológico destaca a estratégia cultural de convivência com a alteridade, temporária ou permanente, baseada em ritos de recepção, alimentação, festa e entretenimento. (Silveira, 2005).

Outro enfoque é o econômico/mercadológico, que se caracteriza como uma relação especializada e racional entre dois agentes: anfitrião e hóspede. Essa relação é amparada por uma rede de serviços como hospedagem, alimentação e lazer, contratados entre prestadores de serviços (hotéis, restaurantes etc.) e consumidores (turistas) que estabelecem uma negociação em torno de um determinado produto

turístico. Cobra (2001) destaca que “*administrar a demanda em Hospitalidade significa antes de tudo identificar necessidades não atendidas e desejos não realizados*”.

Todos estes enfoques refletem a diversidade da abordagem da hospitalidade e nos remete a relacionar o homem (como ser social no mundo) com o ato de receber bem ou sentir-se bem recebido. Portanto, para além da dimensão do mercado, a hospitalidade envolve fenômenos culturais e sociais. Isto é, depende tanto de valores e de experiências de quem recebe e promove a hospitalidade quanto de quem é recebido, pois ao deslocar-se, o ser humano se defronta com modos de vida, de conviver e de receber, diferentes.

No entanto, com a expansão da atividade turística marcada pela “industrialização” da prestação dos serviços de hospitalidade passou-se a comercializar o ato de receber bem envolvendo serviços profissionalizados de alimentação, lazer e entretenimento, hospedagem e transporte. Quais os interesses envolvidos na industrialização dos serviços no turismo? Qual a relação com o modo de produção dominante e seu impacto nas relações sociais?

A hospitalidade sofreu mudanças ao longo da história, determinadas pelo domínio dos modelos hegemônicos de produção. Na perspectiva crítica, é preciso considerar que:

As trocas humanas, e daí as de hospitalidade e relações no turismo, acabam ocorrendo também como valores-de-uso, valores-de-troca confundidas e misturadas às relações entre sujeitos que visitam e são visitados com relações pessoas – coisas, onde as mercadorias acabam sendo seres humanos olhados diretamente como valores-de-uso ou consumo. Sinonimizar a hospitalidade à gestão hoteleira e serviços com qualidade permite que as relações humanas daí estabelecidas no processo de encontro signifiquem meramente transações monetárias, sobrepondo o valor de troca mercadológica às trocas de convívio humano. (Plentz, 2007 , p. 93)

Conclui-se, pois, que há uma tentativa de padronizar a hospitalidade, estabelecendo-se regras de conduta e etiqueta, absolutamente artificiais em relação às características sócio-culturais estabelecidas. No entanto, é preciso considerar a hospitalidade como algo mais amplo que envolve o trabalho, a cultura e a identidade de um povo.

Com estas reflexões podemos ampliar a compreensão da hospitalidade não restrita a ações programadas para executar simpatia ou venda de sorrisos, assim como não é suficiente o mero treinamento técnico prescrito de procedimentos e posturas para um bom atendimento ao turista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOFF, L. *Virtudes para um outro mundo possível*. In: Vol. I: Hospitalidade: direito e dever de todos. Petrópolis, RJ, Ed. Vozes, 2005, p. 107.
- CAMARGO, L. O. de L. *Hospitalidade*, São Paulo: Aleph, 2 ed., 2004. p.5
- COBRA, M. *Marketing de turismo*, São Paulo: Cobra, 2 ed., 2001, p.336.
- OURIQUES, H. R. *A produção do turismo: Fetichismo e dependência*, Campinas, São Paulo, Ed. Alínea, 2005.
- PLENTZ, R. S. *Dialética da hospitalidade: caminhos para a humanização*. In: Dissertação (Mestrado em Turismo) – UCS, Caxias do Sul, RS, 2007, p.93
- SILVEIRA, E. S. *Da. Hospitalidade: notas conceituais, antropológicas e históricas*. In: DIAS, Reinaldo; PIMENTA, M. A. (orgs). *Gestão de Hotelaria e Turismo*. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2005. P.129.

	RECEPCIONAR	HOSPEDAR	ALIMENTAR	ENTRETER
DOMÉSTICA	Receber em casa	Oferecer pouso e abrigo em casa	Receber em casa para refeições	Receber para festas
PÚBLICA	Receber em espaços públicos de livre acesso	Hospitalidade do lugar – na cidade, no país	Gastronomia local	Espaços públicos de lazer e eventos
COMERCIAL	Receber profissionalmente	Hospitalidade profissional – em MH, hospitais, presídios	Restauração profissional	Eventos em espaços privados
VIRTUAL	Receber na net – a net-etiqueta	Hospedagem de sites	Gastronomia eletrônica	Jogos e entretenimento eletrônico

OS TEMPOS E ESPAÇOS SOCIAIS DA HOSPITALIDADE - Fonte: Adaptado de CAMARGO (2005)

AMPLIANDO NOSSA COMPREENSÃO SOBRE A HOSPITALIDADE

ENFOQUES	PRÁTICAS SOCIAIS
Filosófico	
Sociológico	
Antropológico	
Econômico/ Mercadológico	

QUE É O TURISMO?

Dá-se o nome de turismo ao conjunto de atividades realizadas pelos indivíduos durante as suas viagens e estadias em lugares diferentes daqueles do seu entorno habitual por um período de tempo consecutivo inferior a um ano. Geralmente, a atividade turística é realizada com fins de lazer, embora também exista o turismo por razões de trabalho/negócios e outros motivos.

O turismo, tal como o conhecemos atualmente, nasceu no século XIX na sequência da Revolução Industrial, que possibilitou os deslocamentos tendo por objetivo o descanso, o ócio, ou ainda motivos sociais ou culturais. Anteriormente, as viagens prendiam-se mais com a atividade comercial, os movimentos migratórios, as conquistas e as guerras.

Recuando no tempo, há que ter em conta que, na Grécia Antiga, já existia uma incipiente atividade turística com as Olimpíadas (ou Jogos Olímpicos) já que, de quatro em quatro anos, milhares de pessoas se deslocavam para assistir ao evento.

Considera-se que o inglês Thomas Cook tenha sido o pioneiro no turismo enquanto atividade comercial. Em 1841, levou a cabo a primeira viagem organizada da história, um antecedente daquilo que hoje é um pacote turístico. Uma década mais tarde, fundou a primeira agência de viagens do mundo: a Thomas Cook and Son.

Hoje em dia, o turismo é uma das principais indústrias a nível global. Pode-se estabelecer uma diferença entre o turismo de massa (um grupo de pessoas agrupado por um operador turístico) e o turismo individual (viajantes que decidem as suas atividades e itinerários sem intervenção de operadores)

Fonte: <http://conceito.de/turismo>. 25/02/2013

(...) Quando pensamos em Turismo, o que nos vem à mente, em primeiro lugar, são pessoas que se deslocam para passear, ver amigos ou parentes, tirar férias e divertir-se.

Elas podem usar seu tempo de lazer praticando esportes, tomando banho de sol, conversando, cantando, caminhando, passeando, lendo ou simplesmente aproveitando o ambiente.

Se analisarmos o tema mais profundamente, poderíamos incluir na definição de turismo as pessoas que estão participando de convenções, reuniões de negócios ou algum outro tipo de atividade empresarial ou profissional, bem como aquelas que estão em viagens de estudo com um guia especializado ou fazendo algum tipo de pesquisa ou estudo científico.

Esses visitantes utilizam diferentes formas de locomoção, desde pedir carona em um parque, até voar em um jato para uma grande cidade. No transporte, pode-se incluir um teleférico para subir em uma montanha do Colorado, ou o convés de um navio de cruzeiro, de onde se avista o mar do Caribe. Seja utilizando esses meios ou um carro, um ônibus, um trailer, um táxi, uma motocicleta ou uma bicicleta, as pessoas estão viajando e, assim, envolvendo-se no turismo.

Assim, o turismo pode ser definido como a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes.

O turismo é um composto de atividades, serviços e setores que proporcionam uma experiência de viagem: estabelecimentos de transporte, hospedagem, alimentação, compras, entretenimento, locais para atividades e outros. Os serviços de hospitalidade disponíveis para indivíduos ou grupos que estejam viajando para longe de onde vivem englobam todos os prestadores de serviços a visitantes e correlatos. O turismo é a soma de todo o setor mundial de viagens, hotéis, transportes e todos os outros componentes, incluindo promoção, que atende às necessidades e aos desejos dos viajantes.

Fonte: Goeldner, C. J. R., Brent, R. & McIntosh, R. (data). Turismo Princípios, Práticas e Filosofias (8ª Edição). Local de edição: editora. p. 23

(...) A mercadoria-paisagem, que se constitui num dos fundamentos do turismo e que aparece como o principal determinante dessa atividade, possui um caráter fantasioso, já que: o sol, o mar, as areias e outros elementos da natureza inorgânica vão representar um preço, sem relação alguma com a produção do valor. Mas tornam-se objeto de apropriação, uma apropriação sem propriedade que, no entanto, é aceita socialmente.

É um consumo intangível que tem uma base material fundamentada na troca de mercadorias, porque o turista se hospeda, se desloca, se alimenta etc. (...).

A verdadeira base de sustentação do turismo, como qualquer outra atividade econômica, está no trabalho (quer dizer, na exploração da força de trabalho). Afinal de contas, toda a infra-estrutura de transportes, equipamentos de lazer e acomodação, todos os setores ligados à estruturação turística, enfim, fundamentam-se no trabalho e consumo do turista.

(...) Civilizações viveram e transitaram pelos lugares que hoje são apropriados pelo turismo (como os Deltas do Nilo e do Amazonas, o deserto do Saara etc.) e nem por isso podemos dizer que esses lugares têm vocação para o uso turístico. Não se trata de nenhuma vocação. Somente sob certas condições é que os lugares se tornam uma destinação turística.

Somente quando as relações capitalistas se instalam é que os rios, as montanhas, as praias e as dunas passam a ser apropriados economicamente pelo turismo. Mas o discurso turístico diz outra coisa: que a Baía de Guanabara, a Ilha de Santa Catarina ou Fernando de Noronha são dádivas da Natureza (ou “bênçãos de Deus”) colocadas “à nossa disposição para serem exploradas turisticamente”. (...)

Fonte: Ouriques, Helton R. A produção do Turismo: fetichismo ou dependência? Campinas : Alínea, 2005, p. 19, 20 e 61



HISTÓRIA DE LUGARES

De depois de sofrer um infarto que o obrigou a ficar na cama e depois imobilizado por um bom tempo, Seu Maneca, com quase 80 anos, nativo do Campeche (bairro de Florianópolis-SC), volta a caminhar pelos lugares em que sempre viveu.

Passando pela Avenida Campeche, hoje uma das mais importantes da antiga vila, fica perplexo: a antiga casa de pedra, que continha um engenho de farinha e de açúcar (construída, entre 1880 e 1890, por seu bisavô e avô – casa em que ele próprio nasceu e se criou), tombada pelo patrimônio histórico por seu valor histórico e cultural, havia simplesmente se “evaporado”.

No seu lugar, pedreiros, engenheiros, gentes da cidade, trabalhavam ativamente na fundação de um grande condomínio de edifícios.

Demorou para o Seu Maneca se situar naquele lugar que sempre viveu e, agora, envelhecido, sentia sua própria vida e o *lugar vivido*, também se “evaporando”.

De volta à sua casa atual, encontrou-se com um parente, José, 40 anos, filho e neto de nativos, que sobrevive de bicos, limpando jardins, pescando de vez em quando e vendendo os frutos de mar que colhe ou compra de outros nativos. É tido e havido, preconceituosamente, por “mandrião”.

Seu Maneca, encafifado, pergunta:

- Oh José, me ajude a entender. A gente tinha todas essas terras desde meus bisavós. Usávamos pra plantar de tudo: melancia, algodão, abacate, mandioca no areião e; cana, alho e café nas encostas do morro. A gente produzia quase tudo que precisava para viver desde a fiação e confecção dos tecidos de roupas até as ferramentas de trabalho na lavoura. A gente fazia os barcos, tecia as redes e pescava de tudo, principalmente, tainha nas temporadas. Consumia o necessário. Escalava para consumo e vendia o que sobrava. A gente construía os engenhos para produzir farinha. Produzia também melado, açúcar e cachaça.

A terra só tinha valor para as plantações que a gente precisava. O lugar era grande para a nossa gente. Nós não tínhamos estudo, mas sempre tinha trabalho. E dava pra se viver.

Lembrando que eram em torno de 17 a 20 famílias que se deslocaram da Lagoa da Conceição para o Campeche, nos fins do século XIX e início do século passado. Continua seu Maneca:

- De repente, de 1950 para cá, a vida foi mudando. Chegou a televisão, o telefone, celular, microcomputador, microondas. O homem até foi pra lua...Me explique José, o que aconteceu?

José responde:

- Pois é Maneca...Eu também me sinto perdido. A pesca não dá mais prá minha sobrevivência. Ganho mais vendendo peixe que compro de outros pescadores, mas é sempre a mesma luta. Sobra sempre contas prá pagar. Não consigo aceitar o ritmo de trabalho de marcar ponto e aquele controle todo. Quero viver como o senhor e o pai viveram. Não entendo os primos que estudaram, estudaram e vivem sem tempo prá nada de bom na vida, em troca de um salário pequeno. Isso quando estão empregados! Também já não temos terra prá plantar. Por falta de terra, não se planta mais mandioca. Sem mandioca, os engenhos foram fechando. O que restou? O único bem que a gente tinha – as terras – foram vendidas a preço de banana para o povo de fora ou para as empreiteiras. Viraram lotes e loteamentos. Até tua antiga casa de pedra, a mais antiga do lugar, virou terreno para a construção de prédios.

Daí chega a Maria, 23 anos, neta do Seu Maneca, que está procurando emprego, entra na conversa.

- Esse é o progresso Vô. O Campeche não é mais um bairro dos nativos. Agora, prá viver, a gente tem que estudar, arrumar emprego. Seja onde for. E tem que ter dinheiro para comer, se vestir, pegar transporte e até prá estudar. E, mesmo assim, terminando a faculdade como eu, muita gente vai trabalhar de faxineira, em vendas ou em algum serviço público, sempre por baixo. Mas, até isso está acabando.

Seu Maneca olha pro Morro do Lampião, prá Ilha do Campeche, pro antigo campo de aviação, pro pequeno terreno e prá sua casa atual (o que lhe restou). Olha também os postes de luz, as parabólicas, o asfalto, o ônibus, os carros, muitos carros. Muitas caras novas, gaúchos, argentinos, paranaenses, uruguaios, paulistas, gentes do interior e se pergunta:

- Por que tanta mudança em tão tempo?

Essa pergunta do Seu Maneca leva-nos a refletir sobre significado do dito progresso. Por que os nativos não levaram vantagem nisso? Ou será que levaram?

Este texto foi elaborado em 2005 por Paulo César Fonseca para integrar o material pedagógico da ETHCI/CUT.

CONOCE TUS DERECHOS



¿Alguna vez te preguntaste si como trabajadores tenemos Derechos? La respuesta es que sí. Aquí te presentamos algunos de ellos:

- Derecho a no vivir discriminación;
- Derecho a la vida y a ejercer todos los derechos humanos;
- Derecho a la identidad;
- Derecho a la participación social y política;
- Derecho a la libertad de expresión y organización;
- Derecho a la educación;
- Derechos sexuales y reproductivos;
- Derecho al trabajo;
- Derecho a la salud;
- Derecho a la recreación;
- Derecho a un medio ambiente sano;
- Derecho a la seguridad social.



TURISMO SUSTENTÁVEL E INFÂNCIA

Todo operador dos meios de hospedagem é um importante agente na proteção dos direitos de crianças e adolescentes. Pode identificar sinais de violência, prevenir que ela aconteça e contribuir para seu enfrentamento. Para isso, é fundamental saber o que é a exploração sexual e como agir.

O que é violência sexual contra crianças e adolescentes?

É uma violação dos direitos humanos, que se configura pelo abuso e/ou exploração sexual de crianças e adolescentes através do uso da sedução, da força ou coerção, envolvendo meninas e meninos em atividades sexuais impróprias para sua idade e para o seu desenvolvimento físico, psicológico e social. A violência sexual é caracterizada pelo abuso ou pela exploração sexual. Entenda os dois conceitos:

O abuso sexual é a utilização da sexualidade de uma criança ou adolescente para a prática de qualquer ato de natureza sexual. Essa violência frequentemente é praticada por uma pessoa com qual a criança ou adolescente possui uma relação de confiança, e que geralmente participa do seu convívio. Ela pode acontecer dentro do ambiente doméstico (intrafamiliar) ou fora dele (extrafamiliar), com ou sem contato físico.

A exploração sexual é o uso de uma criança ou adolescente com propósitos sexuais envolvendo troca por dinheiro ou favores. Ela pode acontecer de diferentes formas, como tráfico de pessoas, pornografia e sujeição de crianças e adolescentes à situação de prostituição. Pode também ocorrer em diferentes contextos, como no setor de turismo ou cenários diversos, como rodovias, áreas de influência de grandes obras e na internet. Pode relacionar-se a redes criminosas mais complexas envolvendo um aliciador que lucra intermediando a relação entre a criança ou adolescente com o cliente.

É importante ressaltar que não apenas o pagamento em dinheiro caracteriza a exploração sexual, mas também a concessão de facilidades, status ou bens como presentes, roupas, passeios, entre outros.

Por isso, quando falamos de “exploradores”, estamos falando tanto do cliente que paga (com dinheiro ou agrados) pelos serviços sexuais, como daqueles que induzem, facilitam ou obrigam crianças e adolescentes a se prostituírem.

O tráfico para fins de exploração sexual de crianças e adolescentes é uma prática que envolve a cooptação e/ou aliciamento, rapto, intercâmbio, transferência e hospedagem da pessoa recrutada para essa finalidade. É comum que isto ocorra através de empresas clandestinas, disfarçadas de agências de modelos, de turismo, de trabalho internacional, entre outras. Muitos jovens são seduzidos pela possibilidade de uma mudança de vida e são atraídos por essa rede criminosa.

Quando nos referimos à exploração sexual no contexto do turismo, estamos nos referindo a práticas de visitantes de outros países ou de turistas do próprio país com o envolvimento, cumplicidade ou omissão de estabelecimentos comerciais de diversos setores.

Nesta rede de exploração, existem diferentes categorias de agentes e aliciadores que fomentam e mantêm o mercado do sexo: bares, restaurantes, agências de viagens, locais de hospedagem, empresas de transporte, cafés, casa de jogos, entre outros.

A exposição a essas situações coloca a criança e o adolescente no lugar de vítima, uma vez que eles não têm maturidade e autonomia para escolher inserir-se no mercado do sexo.

Diante deste cenário, é imprescindível envolver o setor do turismo em ações de prevenção e enfrentamento à exploração sexual, por meio da adoção de condutas éticas, de sensibilização e capacitação dos seus trabalhadores e empresários em campanhas de sensibilização sobre a importância de proteger as crianças e adolescentes.¹

O QUE FAZER? É PRECISO AGIR E DENUNCIAR NO DISQUE 100!

Exigir o preenchimento da ficha de hospedagem (FNRH para as crianças e adolescentes, mesmo se os responsáveis já tiverem preenchido a ficha, conforme estabelece a **lei estadual nº 20.341/2012**).

Estatuto da Criança e do Adolescente

Art. 250 - Hospedar criança ou adolescente desacompanhado dos pais ou responsável, ou sem autorização escrita desses ou da autoridade judiciária, em hotel, pensão, motel ou congênere:

Pena: multa

Lei federal nº 11.577/2007

Torna obrigatória a divulgação pelos meios que especifica (bares, boates, hotéis, restaurantes, lanchonetes e similares, postos de gasolina e outros estabelecimentos) de mensagem relativa à exploração sexual e tráfico de crianças e adolescentes apontando formas para efetuar denúncias.

ATENÇÃO: Se o acesso da criança ou adolescente à internet ocorrer na unidade habitacional, a responsabilidade de protegê-los do abuso online compete aos pais ou responsáveis.

Estatuto da Criança e do Adolescente

Art. 82 - É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

¹ Texto extraído do Manual de boas práticas : hospedagens : promoção do turismo e proteção dos direitos das crianças e adolescentes. -- 1. ed. – São Paulo : Childhood - Instituto WCF-Brasil ; Belo Horizonte, MG : Associação Municipal de Assistência Social, 2012.

MERCADO DE TRABAJO

Pedro Luis Batanero



EMPLEO Y DESEMPLEO EN EL TIEMPO DEL MIEDO

Eduardo Galeano

La sombra del miedo muerde los talones del mundo, que anda que te anda, a los tumbos, dando sus últimos pasos hacia el fin de siglo. Miedo de perder: perder el trabajo, perder el dinero, perder la comida, perder la casa, perder: no hay exorcismo que pueda proteger a nadie de la súbita maldición de la mala pata. Hasta el más ganador puede, de buenas a primeras, convertirse en perdedor, un fracasado indigno de perdón y compasión.

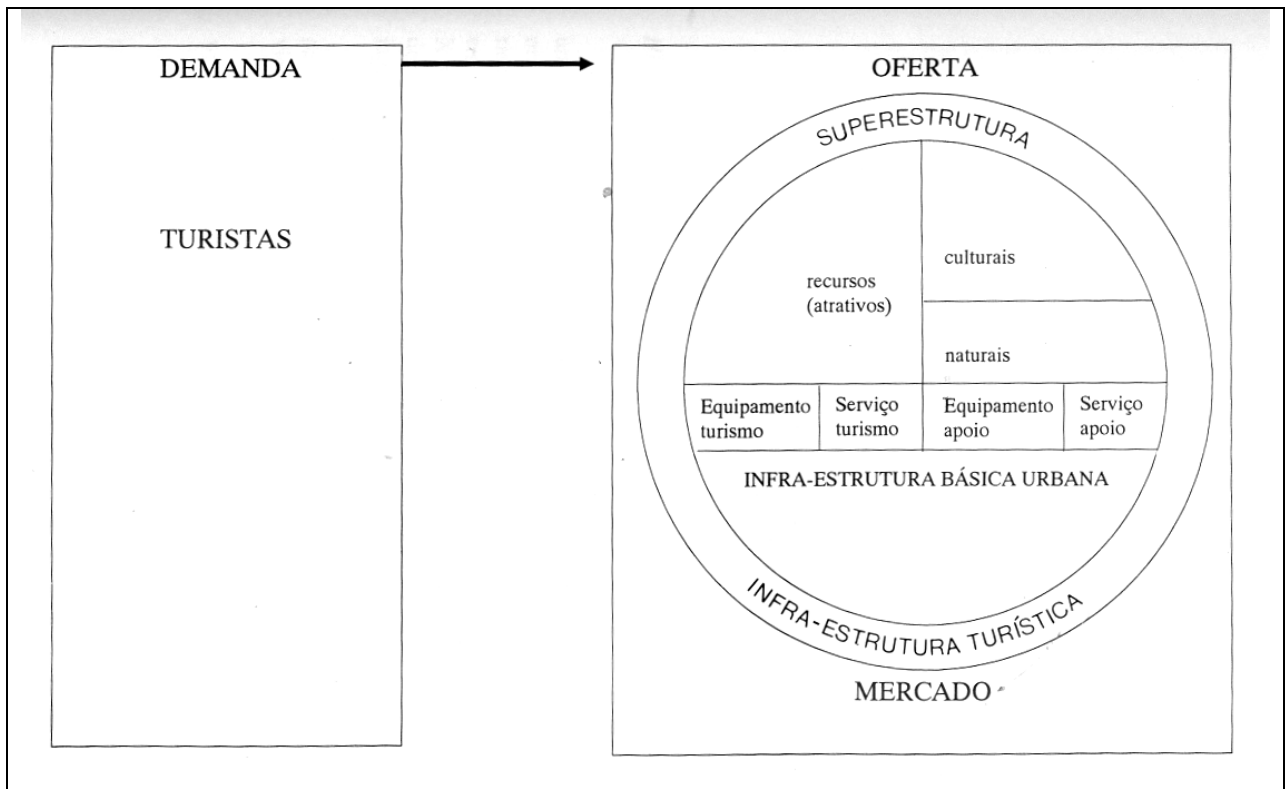
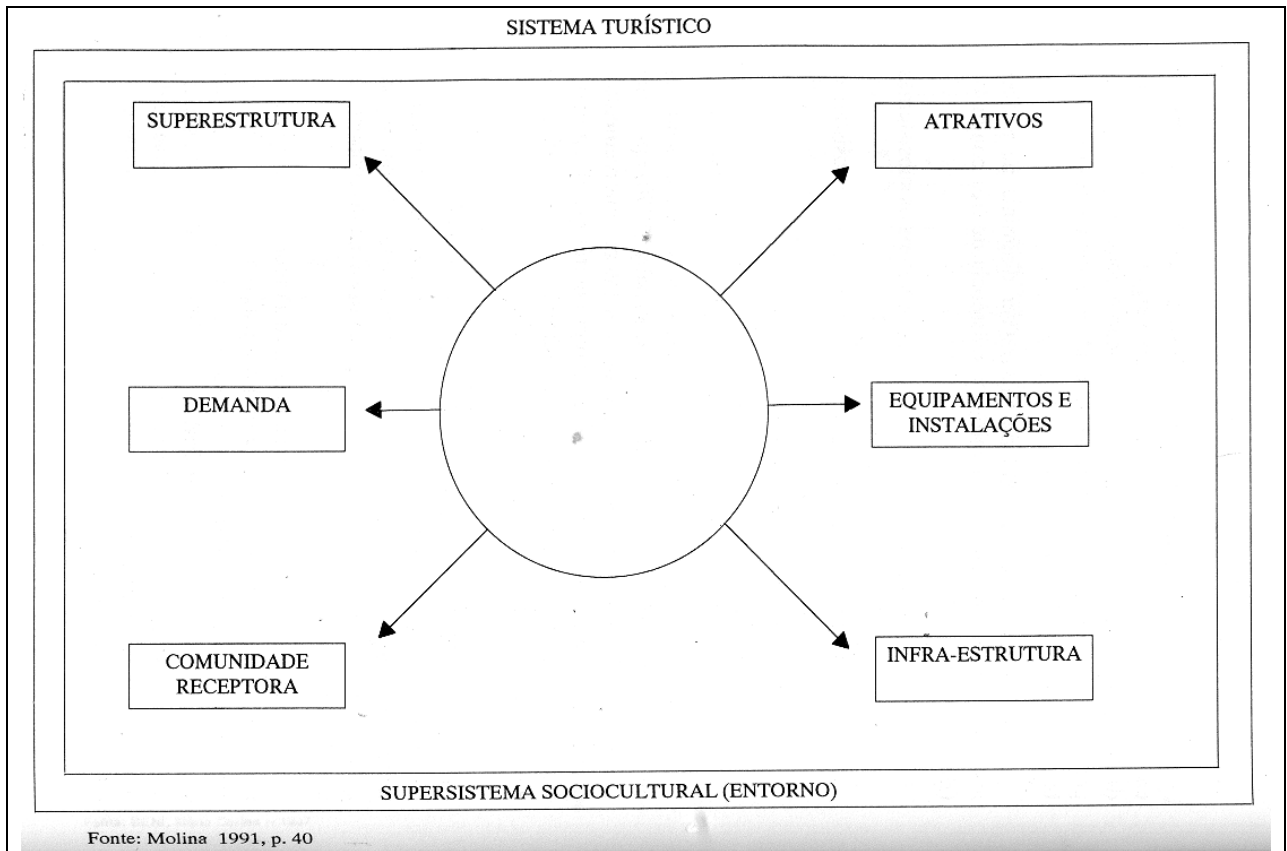
¿Quién se salva del terror a la desocupación? ¿Quién no teme ser un naufrago de las nuevas tecnologías, o de la globalización, o de cualquier otro de los muchos mares picados del mundo actual? Los oleajes, furiosos, golpean: la ruina o la fuga de las industrias locales, la competencia de la mano de obra más barata de otras latitudes, o el implacable avance de las máquinas, que no exigen salarios, ni vacaciones, ni aguinaldo, ni jubilación, ni indemnización por despido, ni nada más que la electricidad que las alimenta.

El desarrollo de la tecnología no está sirviendo para multiplicar el tiempo del ocio y los espacios de libertad, sino que está multiplicando la desocupación y está sembrando el miedo. Es universal el pánico ante la posibilidad de recibir la carta que lamenta comunicarle que nos vemos obligados a prescindir de sus servicios en razón de la nueva política de gastos, o debido a la impostergable reestructuración de la empresa, o porque sí nomás, que ningún eufemismo alivia el fusilamiento. Cualquiera puede caer, en cualquier momento y en cualquier lugar; cualquiera puede convertirse, de un día para el otro, en un viejo de cuarenta años.

En su informe sobre los años 96 y 97, dice la OIT, la Organización Internacional del Trabajo, que «la evolución del empleo en el mundo sigue siendo desalentadora». En los países industrializados, el desempleo sigue estando muy alto y aumentan las desigualdades sociales, y en los llamados países en desarrollo, hay un progreso espectacular del desempleo, una pobreza creciente y un descenso del nivel de vida. «De ahí que cunda el miedo», concluye el informe. Y el miedo cunde: el trabajo o la nada. A la entrada de Auschwitz, el campo nazi de exterminio, un gran cartel decía: El trabajo libera. Más de medio siglo después, el funcionario o el obrero que tiene trabajo debe agradecer el favor que alguna empresa le hace permitiéndole romperse el alma día tras día, carne de rutina, en la oficina o en la fábrica. Encontrar trabajo, o conservarlo, aunque sea sin vacaciones, ni jubilaciones, ni nada, y aunque sea a cambio de un salario de mierda, se celebra como si fuera milagro.

Extraído del libro *Patatas Arriba, la escuela del mundo al revés*.

ORGANIZAÇÃO DO TURISMO



TIPOS DE TURISMO	
CRITÉRIOS	CLASSIFICAÇÃO
Natureza	Emissivo / Receptivo
Impacto econômico	Passivo/Ativo (de la Torre) Importação/Exportação
Procedência do turista	Nacional / estrangeiro
Territorial	Interno / Para o exterior
Volume	De minorias (ou seletivo) / de massas
Composição Social	Classes privilegiadas Médias Populares
Autonomia	Livre Dirigido (colônia de férias, time sharings)
Duração	Excursionismo Fim de semana Férias Tempo indeterminado
Frequência	Regular (anual, mensal, etc.) Esporádico
Alojamento	Hoteleiro Extra-hoteleiro (camping, apart-hotel, time Sharing, residência secundária (própria ou alugada)
Modo de viajar	coletivo (package) individual (independente)
Meio de transporte	aéreo terrestre (ferroviário, rodoviário) aquático (marítimo, fluvial, lacustre)
Permanência	estável itinerante
Âmbito geográfico	rural urbano litoral montanha outros
Financiamento	autofinanciado social gratuito
Idade	infanto-juvenil adulto terceira idade familiar
Objetivo ou motivação	descanso lazer recreação saúde gastronômico religioso profissional desportivo de eventos de interesse específico ou de segmentos

Quadro adaptado de Arrillaga 1975, pp. 115-140

¿A QUIÉN LE INTERESA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?

Al contrario de lo que se imagina, el turismo es una actividad muy reciente. Surgió en el siglo XIX, en un contexto de desarrollo capitalista en Europa. Los grandes viajes y navegaciones que ocurrieron antes del período no son consideradas actividades turísticas.

El turismo está relacionado a la lucha histórica de los trabajadores por mejores salarios y por la reducción de la jornada de trabajo que, en el siglo XIX, variaba de 16 a 18 horas diarias. Con la conquista de la reducción de la jornada, la nueva preocupación de los capitalistas y de la iglesia, en este período, era con el uso del tiempo libre de los trabajadores. Para darle sentido a ese tiempo libre, e disciplinar a los trabajadores, surgieron en las regiones fabriles de Inglaterra los primeros viajes organizados por los trabajadores hacia el litoral. Estos viajes surgieron, para crear una clase consumidora y disciplinada para el trabajo.

En el siglo XX, con la conquista de los nuevos derechos, entre ellos, el descanso remunerado los domingos y el aumento del salario, permite que mas trabajadores puedan hacer turismo, conociendo nuevos lugares. Los regimenes fascista y nazista, que ganaron fuerza en Europa desde los años 20 a 40 del siglo XX, tuvieron un papel muy importante, organizando grandes centro de ocio y subsidiando viajes de vacaciones a los trabajadores.

Después de la Segunda Guerra Mundial, con la reestructuración productiva, el turismo se expandió en el mundo. Expansión que comenzó en Europa y en los Estados Unidos, por la experiencia acumulada con el turismo de masa. A partir de la década de 1950, con la retomada del crecimiento económico en los países desarrollados, con la mejoras de las condiciones salariales y sociales de los trabajadores; y con el aparecimiento de una elite interesada en conocer nuevos lugares, el turismo paso a ser visto efectivamente, como otra mercadería lucrativa más. Hubo entonces una explosión de la actividad turística en todo el mundo. Las redes hoteleras se expandieron, y millones de trabajadores fueron contratados para atender esa nueva demanda del mercado.

Con la experiencia de la actividad turística se creyó también en un mito de que esta actividad seria la salvación del campo para los países subdesarrollados. Bastaba entonces que los gobiernos de estos países creasen condiciones favorables para la instalación de grandes emprendimientos turísticos para que el desarrollo económico y el empleo de millones de trabajadores estuviese garantido.

Actualmente existen datos estadísticos, que apuntan a que el turismo mundial se concentra en Europa y en los Estados Unidos. Todavía, según encuestas recientes sobre el sector turístico, el número de turistas que viajan a los países periféricos es mucho menor de los que apuntan a las grandes redes de hoteles y a los gobiernos locales. El discurso de que el sector turístico es un grande empleador es otro mito. Los trabajadores del sector en cuestión son, juntamente con los trabajadores rurales y de la alimentación, los que tienen las peores condiciones de trabajo y de salario. Las inversiones de las empresas transnacionales del sector acaban volviendo para sus países de origen. Es lo que ocurre, por ejemplo, con la red Accor que tiene su sede en Francia y millones de establecimientos desparramados por el mundo entero. La actividad turística, por lo tanto, provoca una concentración de la riqueza y no su distribución.

Países como México, Brasil e Marruecos que reciben un gran número de turistas por año e invierten millones de dólares en el sector, no consiguieron elevar la calidad de vida de su población a través del turismo.

El turismo en los países periféricos contribuye para la reproducción del capital. Las poblaciones nativas dejan sus oficios originales para subemplearse en hoteles o trabajar al servicio del turista. Un ejemplo bien claro de esta situación son los pescadores de Natal, no Río Grande do Norte, que han dejado sus actividades para trabajar como indios llevando a los turistas para pasear en la dunas.

Cuando un complejo hotelero se instala en una región, todas las relaciones, sean ellas sociales o económicas, son alteradas. La comunidad pierde lentamente sus características y nuevos hábitos, muchos de ellos nocivos para los habitantes locales, son incorporados. En contrapartida, las comunidades que resisten son masacradas por el capital internacional que atenta de todas las maneras adquirir las mejores áreas para desarrollo de sus actividades.

Con la promesa de prosperidad y desarrollo económico y social, el capitalismo encontró a través de la actividad turística una nueva forma de exploración de los trabajadores de los países pobres del mundo.

Esse texto foi elaborado por Adriano L. da Silva e Hanen S. Kanaan para compor o material pedagógico da ETHCI/CUT . Foi baseado na palestra do Prof. Dr. Helton R. Ouriques (Depto. Economia da UFSC) realizada no Seminário Nacional Turismo e Hospitalidade I - Negociação e Contratação Coletiva da Qualificação Sócio-Profissional, em 09/03/2006, em Florianópolis/SC organizado pela Escola de Turismo e Hotelaria Canto da Ilha / CUT. Tradução em espanhol realizada por Evaristo Dopico Luzardo

WHERE THE STREETS HAVE NO NAME

Banda U2

I wanna run, I want to hide
I wanna tear down the walls
That hold me inside
I wanna reach out
And touch the flame
Where the streets have no name

I want to feel, sunlight on my face
I see the dust cloud disappear
Without a trace
I want to take shelter
From the poison rain
Where the streets have no name

Where the streets have no name
Where the streets have no name
We're still building, then burning down love
Burning down love, and when I go there
I go there with you, it's all I can do

The city's a flood and our love turns to rust
We're beaten and blown by the wind
Trampled in dust
I'll show you a place
High on a desert plain
Where the streets have no name

Where the streets have no name
Where the streets have no name
We're still building, then burning down love
Burning down love, and when I go there
I go there with you, it's all I can do

Our love turns to rust
We're beaten and blown by the wind
Blown by the wind, oh, and I see our love
See our love turn to rust

Oh, we're beaten and blown by the wind
Blown by the wind
Oh, when I go there, I go there with you
It's all I can do

MEMORIA DEL CUERO

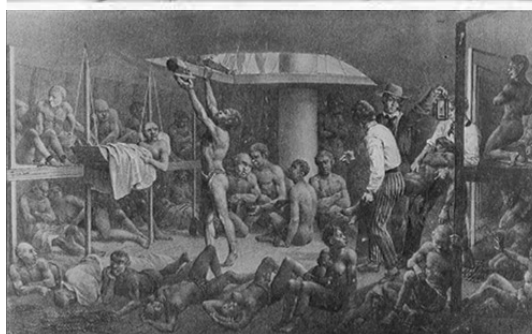
Compositor e intérprete: Jorge Drexler

En la bodega de un barco negrero
vino el candombe prisionero.
En la memoria del prisionero
duerme el candombe esperando el cuero.
Curando el miedo y el mareo,
curando el golpe del carcelero,
vienen tocando, vienen tocando, vienen tocando.

En la bodega de un barco negrero
las manos vienen golpeando el suelo.
Las manos golpeando las manos, golpeando e
igual que un tambor, madera y cuero.
Los días pasan y sólo queda en la oscuridad
memoria del cuero.
Vienen cantando, vienen cantando, vienen cantando.
¿Dónde está el cielo, donde está el cielo?
¿Dónde está Dios, que no lo veo?

En la cubierta de un barco carguero
vino mi abuelo salvando el cuero.
Mi abuelo vino en un barco aliado,
cuatro puertos lo rebotaron...
Con toda el hambre, con todo el miedo
con lo que no se llevó el saqueo...
Vino escapando, vino escapando, vino escapando.

¿Dónde está el cielo, donde está el cielo?
¿Dónde está Dios, que no lo veo?



HOSTING MEANS

Hosting is a building that exerts the trade of reception and accommodation of tourists and visitors. Consists basically of a building containing housing units, a reception and a governance, for guests. In its infrastructure they can be able to have services like food and beverage or even kitchens, wine cellar, restaurant, bar, wine cellar and pantry. Some can also have external parking, indoor garage and recreation areas.

Additional services

Internet, travel agencies, car rental, boutiques, business centers, central reservations, Convention Center, safe service, shops, 24 hours room service, laundry service, valet service, cable tv, swimming pool, tour operators, etc.

Typology

Hosting types array, and include from simple **home hosting** or a **Heritagehotel** with rural tourism or even a mega resort hotel. The **hostel** is characterized by collective accommodation available for young target audience. In Brazil, the **Pousada** is a kind of **bread & breakfast** or **guesthouse** characterized for being hosting means installed in historical buildings. They are popularly referred as rustic hosting often relying on individualized living units where the decoration is customized in the local's ways. In Portugal the *Pousadas* are associated with quality tourism, in improved units, many of them in classified historical buildings.

A **resort** is a hotel for leisure, a place used for relaxation or recreation, located outside the urban centers with large non-building areas such as the sea side, hill stations, wild life sanctuaries, etc. They are specifically designated for leisure activities and entertainment of the hosts.

A **camping**, is configured as an open space located near the green areas like forests and beaches.

The hosting services for **International Hotels** are generally ranked from one to five stars, according to the facilities, luxury and different kinds of services offered. However, there are different forms of classification, which can vary from *Self rated* (made by owner itself), *Private Rating* ranked, for instance, by the ABIH, or even official classification systems and regulations, like the *SBClass* system required by the Brazilian Federal Government though the law 7500/2011.

The means of lodging can also be **floating hotels**, such as: the modern cruise ships of many countries; **fixed and floating** as the use of old ships for hotels, as air blimps, submersible such as underwater bedroom and even road running hotels as in the case of the bus-hotel.

Here there are some different means of accommodation in Portuguese and in English:

TIPOS	TYPES
Albergue	Hostel
Camping (acampamento)	Car camping, Caravaning, RV camping
Apart-hotel	Apart Hotel
Eco-resort	Eco Resort
Estalagem	Non Star Hotel or Commercial Hotel
Hotel	Hotel
Hotel Internacional	International or Star Category Hotel

QUALIFICAÇÃO E REQUALIFICAÇÃO: A SERVIÇO DE QUEM?

Maristela Miranda Barbara*

O discurso de que as novas formas de produção e gestão do trabalho exigem um trabalhador cada vez “mais instruído”, “mais qualificado” e assim, “superior”, é uma afirmação quase universalmente aceita na fala popular e acadêmica. Apesar de estes termos serem vagos e imprecisos, atualmente são utilizados como se houvesse consenso na compreensão do que significam.

Por exemplo, o tempo necessário para um trabalhador aprender a operar uma máquina sofisticada pode ser de umas poucas semanas e o trabalhador passa a ser considerado mais qualificado que um outro trabalhador que possui outros saberes, construídos ao longo da vida. Isto acontece porque a valorização da qualificação está sempre atrelada às necessidades momentâneas do mercado. Desta maneira, não traz qualquer garantia de emprego para o trabalhador que tenta acompanhar tais evoluções.

Esta definição cambiante do que é estar qualificado faz com que o trabalhador fique sem referência sobre o que é preciso fazer para garantir seu lugar. *“O que se deixa aos trabalhadores é um conceito reinterpretado e dolorosamente inadequado de qualificação: uma habilidade específica, uma operação limitada e repetitiva, ‘a velocidade como qualificação’, hoje o trabalhador é considerado como possuindo uma ‘qualificação’ se ele ou ela desempenham funções que exigem uns poucos dias ou semanas de preparo”* (Braverman, 1987, p.375).

O discurso dominante prega que o desemprego é causado pela falta de qualificação (formal ou técnica) do trabalhador, vinculando também à escolaridade “deficiente”. Dessa forma, oculta-se os vários mecanismos de exclusão existentes no mercado de trabalho, presentes em exigências de qualificações que, muitas vezes, não tem relação direta com o posto de trabalho a ser ocupado.

Acreditando nesse discurso, muitos/as trabalhadores/as atribuem a si a responsabilidade pela situação de desemprego, ou ameaça dele, passado a procurar em sua história de vida explicações para sua situação tais como estudo insuficiente ou falta de alguma habilidade específica. *“Nesse contexto, é possível perceber qual o trabalho específico do discurso ideológico: realizar a lógica do poder fazendo com que as divisões e as diferenças apareçam como simples diversidade das condições de vida de cada um”* (Chauí, 1982, p.21).

O aperfeiçoamento do trabalhador é importante e necessário, pode ser condição primeira para qualquer um almejar disputar um posto de trabalho, mas não é por si só suficiente para acabar com o desemprego e a exclusão social, pois o desemprego faz parte da estrutura da forma capitalista.

O trabalhador com a responsabilidade de qualificar-se e, ao mesmo tempo, sem referência do que seja qualificação, quando demitido ou diante da ameaça de demissão, sente-se culpado por não ter estudado mais, isto independentemente do quanto tenha estudado até então, e sofre. *“São levados a se considerar indignos da sociedade e, sobretudo, responsáveis pela sua própria situação, que julgam degradante (já que degrada) e até censurável. Eles se acusam daquilo de que são vítimas”* (Forrester, 1997, p.11).

A verdadeira democratização do conhecimento permitirá que cada um possa analisar de forma mais crítica e ampla os determinantes históricos e sociais para um maior grau de consciência de si mesmo. Podemos dizer que cada um a partir daí, terá então, maior possibilidade de ação sobre o mundo e, assim, maior possibilidade de transformá-lo, pois, *“uma classe não pode existir na sociedade sem manifestar em algum grau uma consciência de si mesma como um grupo com problemas, interesses e expectativas comuns”* (Braverman, 1987, p.36).

Referências bibliográficas

- BRAVERMAN, H, 1987. Trabalho e Capital Monopolista. Rio de Janeiro : Ed. Guanabara
CHAUÍ, M., 1982. Cultura e Democracia. São Paulo : Moderna
FORRESTER, V. 1997. O Horror Econômico. São Paulo :Ed. Unesp.

* Maristela M.Barbara é psicóloga pela PUC-SP.

GESTÃO: UMA NECESSIDADE HUMANA

Luiz Gabriel Angenot*

Desde o princípio da história da humanidade, o ser humano vive do seu trabalho que transforma a natureza e produz materiais para satisfazer suas necessidades. O produto, fruto do seu trabalho, é resultante da matéria-prima acessível e de um planejamento que exige do homem uma organização de suas ações no tempo e no espaço. Chamamos de gestão todo o processo de idealização, planejamento, organização e ação, para atingir um objetivo.

Então, se refletirmos com atenção sobre nossas práticas no cotidiano, perceberemos que em nossas vidas fazemos gestão de alguma forma.

Em nossa casa fazemos a gestão do lixo, da água e da luz. Com o lixo, por exemplo, para deixar nossa casa limpa utilizamos diferentes maneiras de descartá-lo. Uma delas é juntá-lo em sacos plásticos para que o serviço da prefeitura recolha e coloque num aterro sanitário..

Outros dois exemplos que podemos citar são: a gestão da renda familiar e de quando construímos ou reformamos nossa casa. No primeiro caso, fazemos gestão quando procuramos satisfazer as necessidades de alimentação, moradia, vestuário, lazer, saúde e educação pagando despesas como: compras no supermercado; aluguel, IPTU, luz, água, gás, móveis, eletrodomésticos; roupas e calçados; baile, cinema, locação de filmes ou a compra do CD de um cantor preferido; tratamento dentário, aquisição de remédios, de produtos de higiene; vale transporte, uniforme e material escolar. O mesmo ocorre quando decidimos construir ou reformar nossa casa, pois no processo desse trabalho fazemos um planejamento, em que calculamos o dinheiro disponível; pesquisamos os preços dos materiais de construção; preço da mão-de-obra; prevemos o tempo que será necessário para fazer a construção; ficamos atentos às condições da meteorologia e com quantas pessoas da família se poderá contar no trabalho.

No trabalho, seja ele educar, vender, vigiar, construir, pescar, reciclar, costurar, cozinhar, limpar, fabricar, atender pessoas, fazemos gestão, pois temos sempre um objetivo a ser alcançado para a produção de nossa existência, que perseguimos através da organização dos recursos que dispomos, seja do tempo, do espaço, materiais e ferramentas.

Enfim, em todas essas situações, temos um determinado objetivo para atingir e na sua busca analisamos os prós e contras de nossas ações e com isso mudamos ou não o jeito de fazer as coisas para acertar ou continuar acertando o nosso objetivo, seja em casa, no trabalho etc.

Hoje em dia se ouve muito falar e, é moda no mercado, de cursos de qualificação profissional que, para um promissor sucesso na carreira administrativa é necessário a formação em gestão, se tornar gestor, profissional indispensável para o sucesso das empresas, das instituições públicas ou das Organizações Não Governamentais - ONGs.

As empresas, na busca de lucrar mais e competir no mercado de produtos e serviços em que elas disputam, necessitam de um leque de atuações no campo da gestão: gestão de qualidade, gestão de pessoas, gestão do conhecimento, gestão por competência, gestão por processos etc, onde buscam organizar melhor os recursos que dispõem: o tempo, o espaço, os materiais, as ferramentas e, principalmente, os trabalhadores que irão produzir a riqueza.

Então a partir do que vimos anteriormente, podemos entender que gestão é o que fazemos para atingir objetivos que poderão ser alcançados a partir da idealização, planejamento, organização e ação. Portanto, pode ter a finalidade do lucro, que é a lógica das empresas ou a produção da vida, que é a lógica dos trabalhadores.

* Luiz Gabriel Angenot é geógrafo pela UFSC.

TIPOS DE SERVIÇO EM ALIMENTOS E BEBIDAS

Para satisfazer as necessidades de hóspedes dos mais diferentes estilos de vida e culturas, através do tempo foram desenvolvidas formas de prestar serviços à mesa. Tais maneiras de servir foram criadas a partir da primeira metade do século XVIII, na Europa, e foram evoluindo conforme também se diferenciavam os tipos de clientes.

Todos os tipos de serviço em restaurantes têm como ponto de partida o tipo de estabelecimento, o propósito da refeição e o Menu, que poderia ser entendido como o mapa de todos os pratos e bebidas a serem disponibilizados aos clientes em uma determinada refeição.

Dependendo do tipo de evento, seja apenas um jantar ou a comemoração de um casamento, por exemplo, será organizado uma forma especial de atender os clientes.

Quando o Menu já está estabelecido ou já fora determinado pelos organizadores do evento, o cliente não terá a opção de escolher o que irá consumir. Já na situação *À la Carte*, ou seja, seguindo uma carta de sugestões, o cliente examina o Menu e escolhe o prato. Isto também irá determinar a forma com a qual o prato chegará à mesa.

Serviço à Inglesa Direto – neste caso, o garçom ou profissional de atendimento em restaurante chega à mesa apresentando uma travessa com o pedido na mão esquerda, se inclina pela esquerda em direção ao cliente, pede licença e serve os alimentos diretamente no prato que está sobre a mesa usando garfo e colher na mão direita, o que é chamado de alicate. Uma variação que acaba por tornar o serviço demorado, o que poderá esfriar a refeição, é o chamado Serviço à Inglesa Indireto ou Guéridon. O sistema é o mesmo, porém, o garçom apresenta a travessa com a refeição pelo lado esquerdo do cliente e logo após, utiliza uma mesa de apoio chamada Guéridon, onde monta o prato vazio que se encontra sobre o Guéridon usando desta vez, garfo na mão esquerda e colher na mão direita. O garçom entrega o prato montado pela direita do cliente. Os dois serviços à Inglesa poderão utilizar um carrinho de buffet como apoio, ao invés do Guéridon.

Serviço Empratado – neste caso, após o cliente escolher sua refeição através do Menu, repassa o pedido ao garçom. O prato pronto já sai montado diretamente da cozinha, em temperatura suficiente para chegar em ótimas condições à mesa. O garçom se aproxima e serve o prato pela direita do cliente. Este serviço é bastante utilizado tanto em restaurantes de pequenas proporções quanto em grandes eventos, porém, no último caso, com o Menu pré-definido.

Serviço à Francesa – nos tempos atuais, demorar para servir uma refeição pode ser de mau gosto, pois a comida fica exposta muito tempo, perde temperatura, pode ser atingida por bactérias e ainda, ser manuseada por diferentes pessoas. Neste tipo de serviço, que já foi chamado de Diplomata, e ainda é utilizado em eventos bastante formais, o próprio cliente é que se serve diretamente da travessa trazida pelo garçom, apresentada pela esquerda do cliente. O garçom utiliza um pano de serviço na mão esquerda para apoiar e dar maior segurança à apresentação da travessa.

Serviço Buffet – bastante difundido, principalmente no Brasil, todos pratos do Menu estão dispostos e expostos em um balcão que possui parte aquecida e outra resfriada. O cliente se aproxima do balcão e se serve diretamente das travessas ali

apresentadas, sem a necessidade de ser atendido por um garçom. É um serviço encontrado não somente em eventos, mas também no cotidiano das pequenas e grandes cidades, por tornar o processo de montagem do prato mais veloz e sem fazer uso de um profissional para tanto.

Lembrete:

À esquerda do cliente:

- Apresentação de todos os pratos em todos os serviços
- Serviço à Inglesa Direto e à Francesa
- Serviço e retirada (desembaraço) dos pratos
- Limpeza da mesa (facultativo)

À direita do cliente:

- Serviço de todas as bebidas
- Serviço à Inglesa Indireto e Empratado
- Desembaraço de todos os pratos, exceto couvert
- Apresentação do Mênage (sal, pimenta, azeite de oliva, vinagre...)
- Desembaraço de todos os talheres, taças e copos
- Apresentação da nota
- Limpeza da mesa (facultativo)

DIFICULDADES PARA A BUSCA DA VERDADE

Marilena Chauí

Em nossa sociedade, é muito difícil despertar nas pessoas o desejo de buscar a verdade. Pode parecer paradoxal que assim seja, pois parecemos viver numa sociedade que acredita nas ciências, que luta por escolas, que recebe durante 24 horas diárias informações vindas de jornais, rádios e televisões, que possui editoras, livrarias, bibliotecas, museus, salas de cinema e de teatro, vídeos, fotografias e computadores.

Ora, é justamente essa enorme quantidade de veículos e formas de informação que acaba tornando tão difícil a busca da verdade, pois todo mundo acredita que está recebendo, de modos variados e diferentes, informações científicas, filosóficas, políticas, artísticas e que tais informações são verdadeiras, sobretudo porque tal quantidade informativa ultrapassa a experiência vivida pelas pessoas, que, por isso, não têm meios para avaliar o que recebem.

Bastaria, no entanto, que uma mesma pessoa, durante uma semana, lesse de manhã quatro jornais diferentes e ouvisse três noticiários de rádio diferentes; à tarde, freqüentasse duas escolas diferentes, onde os mesmos cursos estariam sendo ministrados; e, à noite, visse os noticiários de quatro canais diferentes de televisão, para que, comparando todas as informações recebidas, descobrisse que elas "não batem" umas com as outras, que há vários "mundos" e várias "sociedades" diferentes, dependendo da fonte de informação.

Uma experiência como essa criaria perplexidade, dúvida e incerteza. Mas as pessoas não fazem ou não podem fazer tal experiência e por isso não percebem que, em lugar de receber informações, estão sendo desinformadas. E, sobretudo, como há outras pessoas (o jornalista, o radialista, o professor, o médico, o policial, o repórter) dizendo a elas o que devem saber, o que podem saber, o que podem e devem fazer ou sentir, confiando na palavra desses "emissores de mensagens", as pessoas se sentem seguras e confiantes, e não há incerteza porque há ignorância.

Uma outra dificuldade para fazer surgir o desejo da busca da verdade, em nossa sociedade, vem da propaganda.

A propaganda trata todas as pessoas crianças, jovens, adultos, idosos como crianças extremamente ingênuas e crédulas. O mundo é sempre um mundo "de faz-de-conta": nele a margarina fresca faz a família bonita, alegre, unida e feliz; o automóvel faz o homem confiante, inteligente, belo, sedutor, bem-sucedido nos negócios, cheio de namoradas lindas; o desodorante faz a moça bonita, atraente, bem

empregada, bem vestida, com um belo apartamento e lindos namorados; o cigarro leva as pessoas para belíssimas paisagens exóticas, cheias de aventura e de negócios coroados de sucesso que terminam com lindos jantares à luz de velas.

A propaganda nunca vende um produto dizendo o que ele é e para que serve. Ela vende o produto rodeando-o de magias, belezas, dando-lhe qualidades que são de outras coisas (a criança saudável, o jovem bonito, o adulto inteligente, o idoso feliz, a casa agradável etc.), produzindo um eterno "faz-de-conta".

Uma outra dificuldade para o desejo da busca da verdade vem da atitude dos políticos nos quais as pessoas confiam, ouvindo seus programas, suas propostas, seus projetos enfim, dando-lhes o voto e vendo-se, depois, ludibriadas, não só porque não são cumpridas as promessas, mas também porque há corrupção, mau uso do dinheiro público, crescimento das desigualdades e das injustiças, da miséria e da violência.

Em vista disso, a tendência das pessoas é julgar que é impossível a verdade na política, passando a desconfiar do valor e da necessidade da democracia e aceitando "vender" seu voto por alguma vantagem imediata e pessoal, ou caem na descrença e no ceticismo.

No entanto, essas dificuldades podem ter o efeito oposto, isto é, suscitar em muitas pessoas dúvidas, incertezas, desconfianças e desilusões que as façam desejar conhecer a realidade, a sociedade, a ciência, as artes, a política. Muitos começam a não aceitar o que lhes é dito. Muitos começam a não acreditar no que lhes é mostrado. E, como Sócrates em Atenas, começam a fazer perguntas, a indagar sobre fatos e pessoas, coisas e situações, a exigir explicações, a exigir liberdade de pensamento e de conhecimento.

Para essas pessoas, surge o desejo e a necessidade da busca da verdade. Essa busca nasce não só da dúvida e da incerteza, nasce também da ação deliberada contra os preconceitos, contra as idéias e opiniões estabelecidas, contra crenças que paralisam a capacidade de pensar e de agir livremente.

Texto extraído do livro *Convite à Filosofia* de Marilene Chauí. São Paulo: Editora Ática, 1994.

CULTURA, NATUREZA E AÇÃO HUMANA

A cultura se constitui a partir de situações concretas, vivenciadas por homens e mulheres concretos, pertencentes a este ou àquele povo, a esta ou àquela classe, em determinado território, num regime político A ou B, dentro desta ou daquela realidade econômica. Sendo assim, somente se poderá dizer o que é cultura em **sociedade**, na qual os homens relacionam-se entre si buscando a produção/reprodução da vida.

Em outras palavras, a cultura é algo que não se existe apenas no plano do teórico das artes, das ciências, mas também no plano da sensibilidade, da ação, do trabalho, do cotidiano da vida.

Na verdade, o ser humano não existe, exclusivamente, como conhecedor de dados e informações culturais da vida, do trabalho e do seu dia-a-dia. O homem é também principalmente um agente de cultura, ele produz cultura quando vive em qualquer situação, seja no trabalho, seja no futebol, ainda que, muitas vezes, não saiba que faz, a todo instante de sua vida, cultura.

É agente cultural de atividade incessante, seja caçando, seja ordenhando vacas, seja operando computadores, tornos, capinando, extraindo seu sustento da terra com uma ferramenta nas mãos. São agentes da cultura tanto o lavrador quanto o diplomata.

Quando, porém, se procura extrair dessa **realidade viva** um conceito único e universal de cultura, a dificuldade surge e se agiganta.

Como saberei falar o que é cultura, então?

Podemos dizer que cultura é tudo aquilo que não é natureza. Por sua vez, toda ação humana na natureza e na sociedade é cultura.

O mar é natureza, mas a navegação – ação do homem – é cultura. As árvores são natureza, mas o papel que delas provém, por meio do trabalho humano, é cultura. A fome do ser humano é biológica, mas a maneira de se alimentar (arroz com feijão, vatapá, açaí, peixe ou lanches McDonalds) é cultura, o frio sentido por nossos corpos no inverno é natureza, mas como nos vestimos para nos proteger (calça jeans, camiseta, blusa de lã) é cultura, a necessidade de nos locomovermos é natureza, mas os meios que utilizamos para fazê-lo (sobre os próprios pés, com uma bicicleta, com um fusca, montado em cavalo ou de carro importado com motorista) são cultura. Enfim, podemos afirmar que tudo que é produzido pelo homem é cultura, assim, a sociedade dividida em classes sociais como produção humana, também é cultura.

Texto elaborado em 2000 por João dos Reis da Silva Jr. para integrar o material pedagógico do Programa Integração – CUT.

NUTRIÇÃO E ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: A PRODUÇÃO E O CONSUMO DOS ALIMENTOS

Aline M. Salami

O conceito de Nutrição é amplo e envolve desde os estudos sobre os alimentos e seus nutrientes como também as ações e interações dos alimentos na saúde das pessoas. A nutrição também está relacionada a uma alimentação balanceada e saudável. Mas o que significa consumir alimentos saudáveis?

Normalmente, há um consenso entre as pessoas de que se trata de uma dieta rica em frutas, verduras e fibras; baixo consumo de açúcar, sal e gordura animal; substituição da manteiga pela margarina e da banha pelos óleos vegetais; e consumo regular de alimentos *light*. Além disso, recomenda-se o cuidado com alimentos calóricos e estimulantes como refrigerantes, café, chocolate e chá preto, entre outros.

Fora desse consenso nos deparamos com inúmeros questionamentos sobre alguns alimentos: 1) seus benefícios para a saúde ou não; 2) a eficácia na prevenção de certas doenças; 3) o que engorda ou não, entre muitas outras perguntas. Afinal de contas, o que precisamos comer para sermos saudáveis?

Sabe-se que os povos mais longevos (guineanos, maias, habitantes do Vale dos Hunza e de Vilcabamba, no Equador) tinham em comum a ingestão de alimentos frescos e pouco processados, provenientes do seu meio e de sua própria cultura alimentar. Seus hábitos alimentares se pautavam na sazonalidade das colheitas e havia um equilíbrio no consumo a partir do conjunto de alimentos disponíveis. Neste caso, o conceito sobre o que é saudável repousa na dieta e na qualidade de vida como um todo e não somente em nutrientes, alimentos ou práticas milagrosas dissociadas do contexto da vida social.

Alimentação Orgânica e a Saúde

Nos últimos anos, em nível mundial, se ampliou o debate sobre a alimentação saudável e cresceu o interesse pelos chamados alimentos limpos ou ecologicamente corretos ou orgânicos. Mas o que são alimentos orgânicos? Será que eles não são mais um modismo ou opção de venda? Como eles surgiram e que significado eles têm para a sociedade de forma geral?

Para iniciar essa discussão, podemos dizer que os alimentos orgânicos são alimentos livres de resíduos químicos, isto é, alimentos produzidos sem agrotóxicos ou venenos. Eles surgiram justamente como uma alternativa ao modelo produtivista de produção agrícola convencional, que tem acarretado grandes impactos ambientais, socioeconômicos e na saúde dos povos.

O Brasil é um dos maiores consumidores mundiais de praguicidas, gastando anualmente mais de 2,5 bilhões de dólares com a comercialização destes venenos. Na América Latina, 50% da comercialização de agrotóxicos (herbicidas, fungicidas, inseticidas, acaricidas, nematicidas, etc.) é realizada no Brasil e desde 2008 o Brasil é o maior consumidor de agrotóxicos no mundo.



O perigo é que as consequências da ingestão desses produtos não aparecem de forma imediata no consumidor e os resíduos são, muitas vezes, ofertados acima dos limites recomendados. Embora vários estudos relacionem os agrotóxicos a inúmeros problemas de saúde, ainda não se têm informações suficientes e seguras sobre os efeitos cumulativos e de longo prazo. Entretanto, sabe-se que eles têm impacto na saúde humana afetando, principalmente, fígado, rins e sistema nervoso central tendo repercussões a nível teratogênico (mal-formações congênitas), anomalias neurológicas, gástricas e ósseas, tumores, esterilidade em adultos e intoxicações agudas.

Sendo assim, podemos dizer que o alimento orgânico é mais saudável porque não contém: 1) resíduos de agrotóxicos e fertilizantes sintéticos, usados na agricultura; 2) resíduos de hormônios, drogas veterinárias e antibióticos, usados na produção animal e; 3) aditivos químicos sintéticos (corantes, aromatizantes, conservantes, emulsificantes, etc.), vitaminas e minerais sintéticos, utilizados no processamento dos alimentos.

A produção dos alimentos

Atualmente, cerca de um quinto da humanidade ainda padece da fome, de desnutrição e de outras doenças carenciais relacionadas à alimentação. Isto ocorre num momento em que a Organização Mundial para Agricultura e Alimentação - FAO divulga dados recordes de produção de cereais e alimentos no mundo.

Vejamos alguns exemplos do que estamos falando: se dividirmos a produção mundial de arroz em 2005, isto é, 365 dias por 6 bilhões de pessoas, teríamos a estimativa de consumo de 280g de arroz seco por pessoa diariamente. Outro cálculo que podemos fazer é com a carne produzida no Brasil e teremos um per capita de 134 g/dia. Além disso, cerca de 80% da alimentação da população mundial, baseada em vegetais, corresponde a 5 espécies sendo elas o milho, a mandioca, o trigo, o arroz e a batata.

Essa situação coloca em risco a soberania alimentar dos países na medida em que a lógica da produção capitalista se expressa na expansão da monocultura de grandes empresas. Essa situação vem afetando a diversidade dos produtos e a criação de uma nova base para a alimentação da população mundial.

Além disso, na agroindústria convencional a utilização de insumos químicos contribuiu para o desequilíbrio do ambiente e para o aparecimento das chamadas doenças não transmissíveis ou crônico-degenerativas, cujos principais exemplos são a obesidade, a hipertensão, o diabetes *meliitus*, o colesterol e triglicerídeos altos e os distúrbios coronarianos.

Para que os produtos cheguem até os supermercados nos sistemas agroalimentares atuais, são percorridos cerca de 2000 km do local onde foram produzidos e/ou processados. Além de encarecer os produtos para os consumidores, quem ganha com isso são os intermediários e não os agricultores que produzem o alimento.

Sabemos que o desenvolvimento da ciência propiciou a produção de alimentos em larga escala com a alta tecnologia (transgenia e nanotecnologia), no entanto, não conseguimos ainda eliminar a fome no mundo. Esta situação reflete a desigualdade social, com a negação do direito à partilha da riqueza produzida, excluindo economicamente parcelas significativas da humanidade.

O direito humano à alimentação passa pelo direito de acesso aos recursos e meios para produzir ou adquirir alimentos seguros e saudáveis que considerem a cultura, os hábitos e práticas alimentares de cada povo. Neste sentido, a luta pela garantia do direito à alimentação de qualidade para todos os seres humanos requer a construção de um novo paradigma de produção na sociedade, que tenha como eixo a apropriação social dos meios de produção e a distribuição da riqueza.

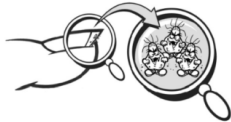
Portanto, se entendemos a alimentação de forma ampla que envolve a ciência, a política e a cultura, é importante a discussão não somente do alimento a ser consumido, mas de toda a sua cadeia produtiva e principalmente das políticas de produção e de acesso das populações aos alimentos saudáveis.

Referências Bibliográficas

- AZEVEDO, E. **Alimentos Orgânicos**. Florianópolis: Editora Insular, 2001
CARVALHO, H.M. **Sementes**: patrimônio do povo a serviço da humanidade. São Paulo: Expressão Popular, 2003.
VALENTE, F.L.S. **Direito Humano à Alimentação**: desafios e conquistas. São Paulo: Cortez, 2002.
WILKINSON. J. O **Futuro do Sistema Alimentar**. São Paulo. Editora Hucitec, 1989.

O SETOR DE A&B E A QUALIDADE SANITÁRIA DOS ALIMENTOS

A qualidade dos alimentos é uma das condições essenciais para a promoção e manutenção da saúde e deve ser assegurada em todas as etapas da cadeia alimentar. Um fator importante é a qualidade sanitária e microbiológica dos alimentos, ou seja, é preciso evitar a deterioração e/ou contaminação dos alimentos provocada por microorganismos que podem causar diarreias, vômitos, náuseas e levar o indivíduo à morte.



A contaminação pode ocorrer de forma visível (fio de cabelo, pedra, unha, brinco, insetos, etc.) ou invisível ao olho humano (bactérias, fungos, vírus, parasitas, etc.).

Para evitar essas situações alguns cuidados de higiene são importantes na hora de manipular os alimentos. Qualquer pessoa que entra em contato com alimentos de forma direta ou indireta no serviço de alimentação é chamado de *manipulador de alimento*, portanto, deve ter a responsabilidade de entregar, preparar e servir alimentos saudáveis.



os

O manipulador deve fazer sua **higiene pessoal** cotidiana (tomar banho, escovar os dentes, lavar e secar bem os pés, lavar os cabelos, cortar as unhas, fazer a barba e o bigode, etc.); usar uniforme completo (avental, touca, sapatos fechados, sem adornos como brincos, anéis, correntes e outros) e não espirrar, tossir, mascar chiclete e utilizar celular enquanto manipula os alimentos. E lembrar sempre de lavar bem as mãos após utilização do banheiro!



Os cuidados no **armazenamento dos alimentos** devem ser: colocar os alimentos em estantes e estrados (nunca diretamente no chão), manter portas e janelas com telas, providenciar local sem umidade e com temperaturas adequadas. **Acondicionar na geladeira** alimentos que são servidos crus. Não lavar ovos e não usá-los quando a casca estiver rachada.



Com os **utensílios** a limpeza deve ser lavados? Imediatamente após o uso com sabão. Não misturar tábuas de vegetais e de carnes. Não esfregar panelas de alumínio com palha de aço. Não usar colheres e panelas de alumínio ao mesmo tempo.



No **preparo dos alimentos**: limpeza diária das bancadas e pisos e quinzenal de tetos, paredes e luminárias. Limpeza anual da caixa d'água. Manutenção dos equipamentos de segurança do trabalho.

Atenção: Para maiores informações sobre as Boas Práticas para Serviços de Alimentação pode-se consultar a RDC nº 216/2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

Observando os cuidados higiênicos...

Trabalho em grupo: Observe as figuras e escreva no quadro quais são os erros apresentados e o que deveria ser mudado para garantir uma produção segura de alimentos.



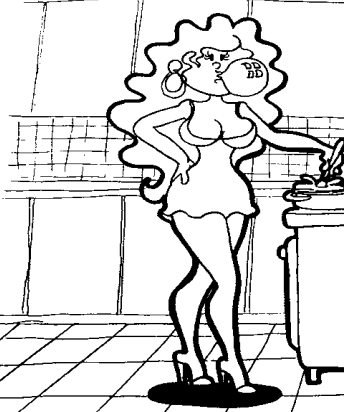

<p style="text-align: center;">Figura 1</p> 	
<p style="text-align: center;">Figura 2</p> 	
<p style="text-align: center;">Figura 3</p> 	
<p style="text-align: center;">Figura 4</p> 	

Figura 5

QUADRO GERAL DAS BOAS PRÁTICAS DE ALIMENTAÇÃO

ITENS	COMO DEVE SER
<p>Higiene do manipulador de alimentos</p>	
<p>Local de produção dos alimentos (limpeza, organização e estrutura física)</p>	
<p>Armazenamento dos alimentos</p>	

PLANEJAMENTO NAS ORGANIZAÇÕES

O planejamento é um processo desenvolvido com o objetivo de alcançar uma determinada situação almejada, de modo mais eficiente e eficaz, otimizando esforços e recursos existentes na organização. Para isso, existem diversos níveis de planejamento praticados por uma organização.

Como um processo gerencial, pensar em planejamento significa, portanto, pensar em gerenciamento. O planejamento pode ser dividido em três níveis: Planejamento estratégico; Planejamento tático e o Planejamento operacional.

Planejamento Estratégico: reporta-se ao processo de elaboração da estratégia, na qual se definiria a relação entre a organização e o ambiente interno e externo, bem como a visão, missão, valores e objetivos organizacionais, com a definição de estratégias alternativas (MAXIMIANO, 2006).

O planejamento estratégico prevê o futuro da organização, em relação ao longo prazo. De uma forma genérica, consiste em saber o que deve ser executado e de que maneira deve ser executado. Este é crucial para o sucesso da organização, e a responsabilidade deste planejamento assenta sobretudo nos gestores de topo, dado o nível de decisões que é necessário tomar.

Planejamento tático: tem por objetivo otimizar determinada área e não a organização como um todo, isto é, trabalha com decomposições dos objetivos, estratégias e políticas estabelecidos no planejamento estratégico.

O planejamento tático é desenvolvido em níveis organizacionais inferiores, ou seja, é realizado no nível gerencial ou departamental, tendo como principal finalidade a utilização eficiente dos recursos disponíveis para a consecução de objetivos previamente fixados, segundo uma estratégia predeterminada, bem como as políticas orientadoras para o processo decisório organizacional.

O planejamento tático tem como principais características:

- Realizar-se como um processo permanente e contínuo;
- Aproximar o estratégico do operacional;
- Aproximar os aspectos incertos da realidade;
- É executado pelos níveis intermediários da organização;
- Pode ser considerado uma forma de alocação de recursos;
- Tem alcance mais limitado do que o planejamento estratégico, ou seja, é de médio prazo;
- Produz planos mais bem direcionados às atividades organizacionais.

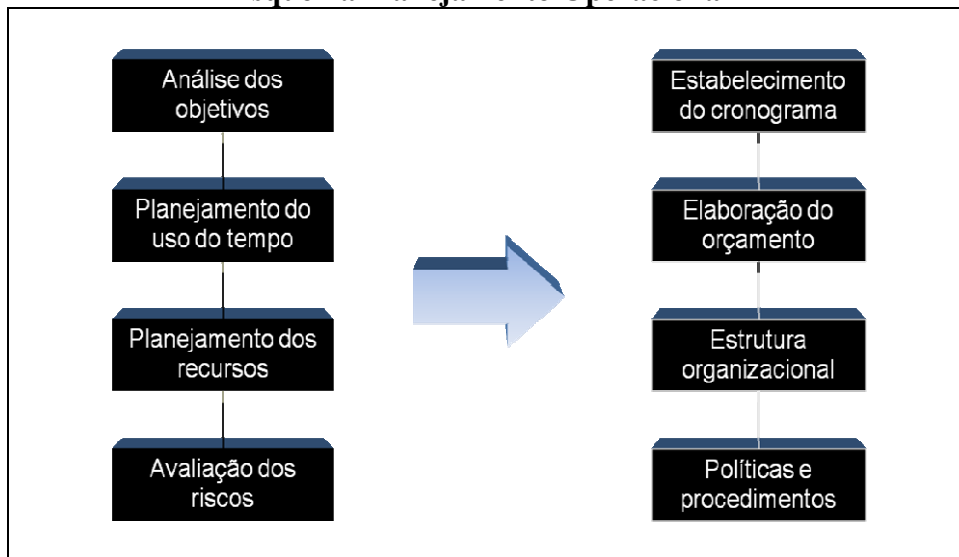
Questões essenciais para o planejamento tático:

- O quê fazer?
- Dá para fazer?
- Vale a pena fazer?
- Quem faz?
- Como fazer bem?
- Funciona?
- Quando fazer?

Planejamento operacional: preocupa-se com os métodos operacionais e alocação de recursos a partir do:

- Detalhamento das etapas do projeto;
- Métodos, processos e sistemas aplicados;
- Pessoas: responsabilidade, função, atividades/tarefas;
- Equipamentos necessários;
- Prazos e cronograma.

Esquema Planejamento Operacional

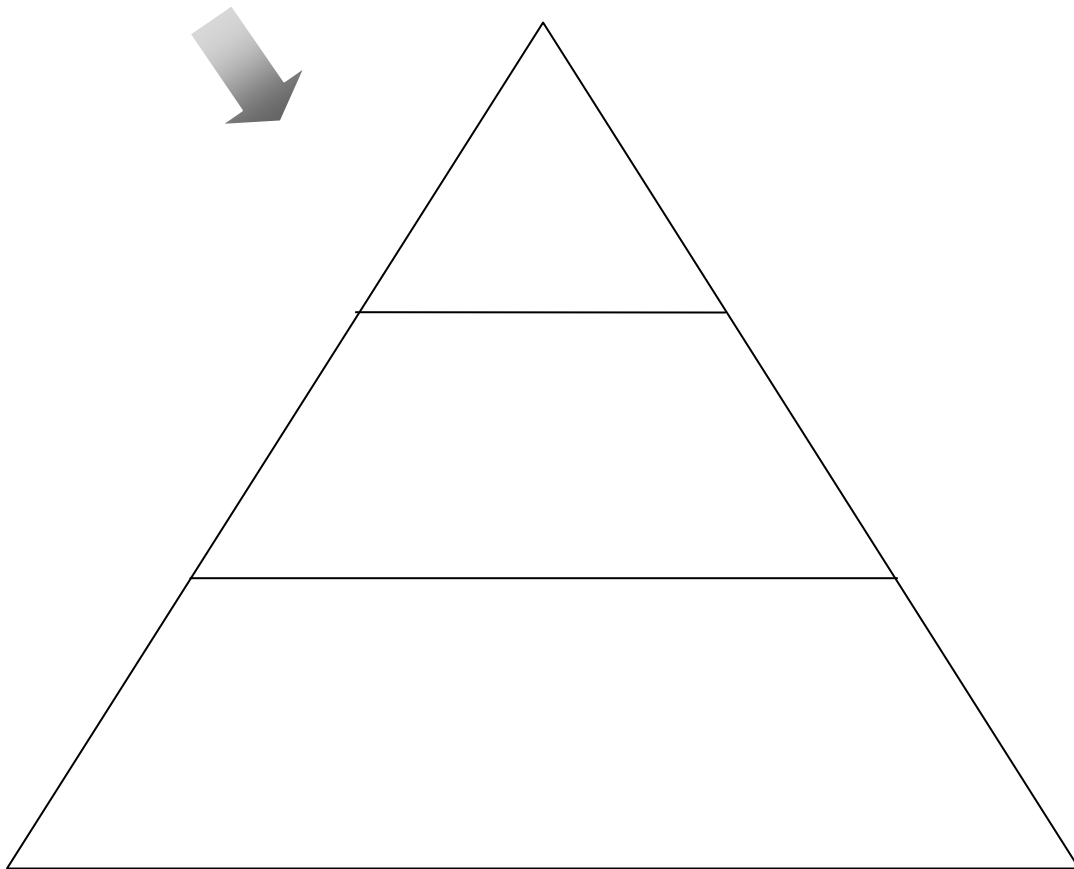


NÍVEL	PLANEJAMENTO	CONTEÚDO	PRAZO	CARACTERÍSTICAS
Institucional	Estratégico	Genérico e sintético	Longo	Macroorientado: aborda a empresa como uma totalidade (Visão, missão, valores, objetivos e metas)
Intermediário	Tático	Menos genérico e mais detalhado	Médio	Aborda cada unidade de trabalho ou cada unidade de custo separadamente (Meios para atingir os objetivos e metas)
Operacional	Operacional	Detalhado e analítico	Curto	Microorientado; Aborda cada tarefa ou operação isoladamente (Métodos operacionais e de alocação de recursos)

Preencher a pirâmide abaixo a partir das informações dadas utilizando os itens abaixo:

- ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL
- PROCESSO ORGANIZACIONAIS
- OPERAÇÕES ORGANIZACIONAIS

- PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
- PLANEJAMENTO TÁTICO
- PLANEJAMENTO OPERACIONAL



Referências bibliográficas:

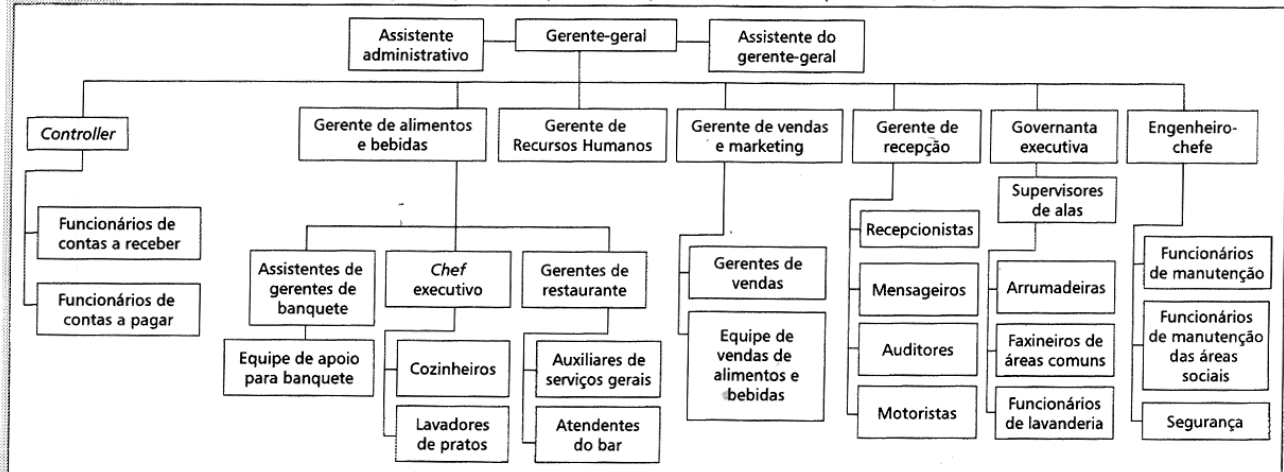
CHIAVENATO, I. Administração: teoria, processo e prática. 2.ed. São Paulo, Makron Books, 1994. 522p.
VALENTIM, M. UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus de Marília, 2008. Departamento de Ciência da Informação da UNESP. Disponível em: <<http://slideplayer.com.br/slide/44096/>>. Acesso: 07 ago. 2014.

ORGANOGRAMA HOTELEIRO

Os organogramas de trabalho nos hotéis são variáveis conforme algumas categorias como, por exemplo: depende do tamanho do hotel (relativo ao número de UH's), da categoria de classificação oficial ou particular, do público-alvo (negócio ou lazer basicamente) e dos serviços oferecidos (eventos, restaurante, SPA e outros). A partir destas categorias podemos considerar os hotéis de pequeno e médio porte, assim como os de maior porte.

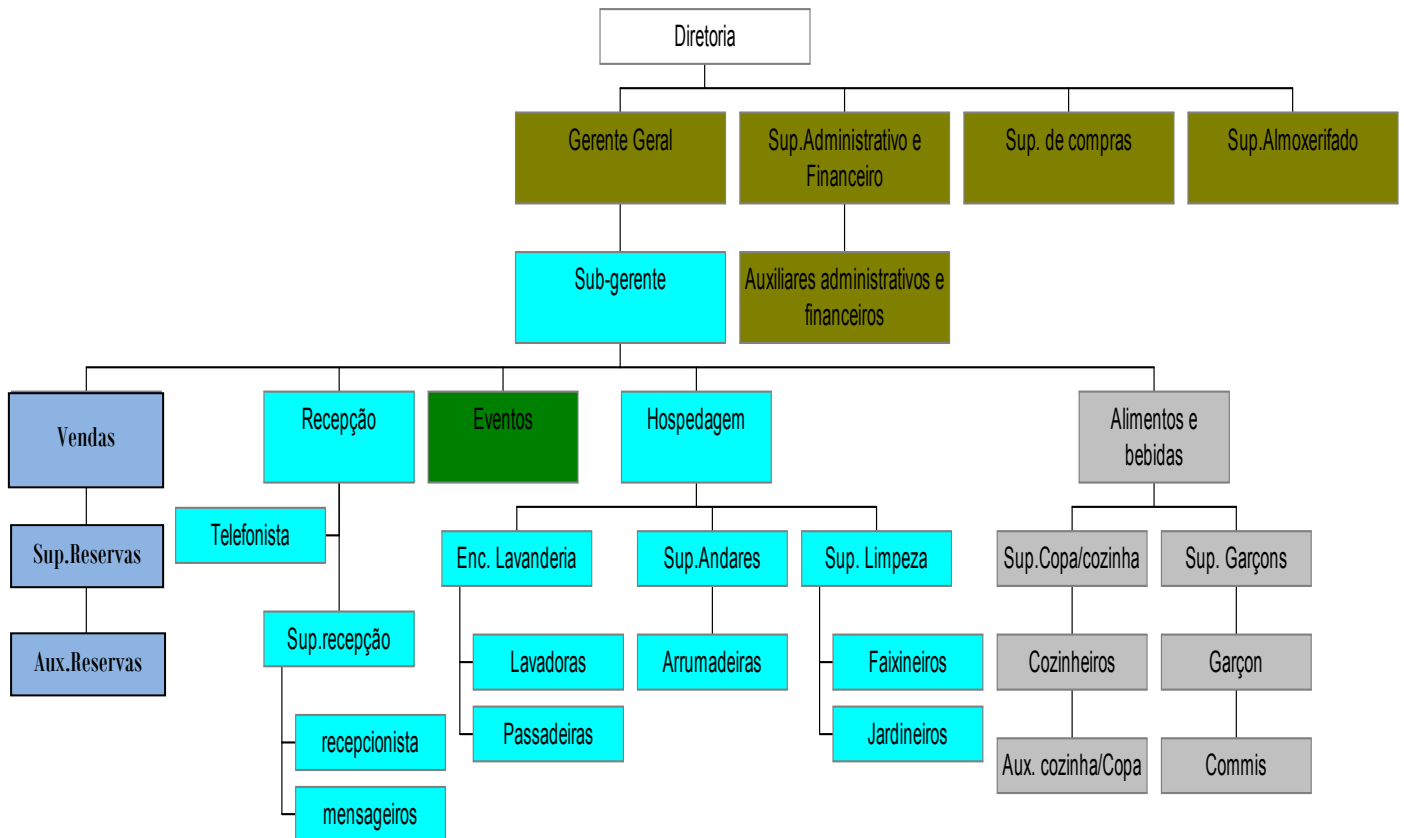
Portanto, o organograma é uma espécie de diagrama utilizado nas organizações (pequena, média ou grande) para representar as suas relações hierárquicas entre cargos e posições ocupadas. No caso mais simples, representa a distribuição dos setores, das unidades funcionais, tornando visível todos os seus componentes e a respectiva comunicação estabelecida entre eles.³

Quadro 1.8 Organograma para hotéis de grande porte com pensão completa (cerca de 350 apartamentos)



³ Síntese elaborada pelo educador Evaristo Dopico baseado em CASTELLI, Geraldo. Administração Hoteleira. 8 ed. Caxias do Sul : EDUCS, 2001 e HAYES, David K.; NINEMEIER, Jack D. Gestão de operações hoteleiras. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

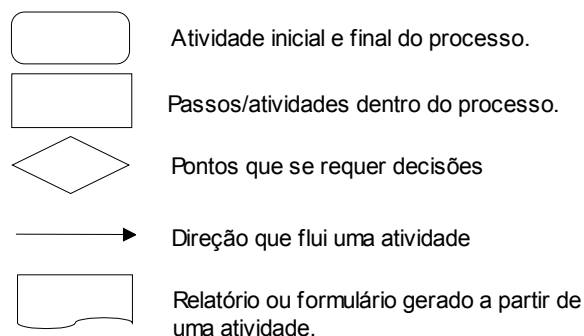
Na observação da estrutura de recursos humanos do hotel abaixo, podemos perceber que a gerência geral está posicionada de forma estratégica, próxima a todos os setores operacionais e administrativos do hotel. Há uma descentralização das funções, na qual destacamos quatro áreas de importância: a área de Hospedagem, a área de Alimentos & Bebidas, a área Comercial e área da Administração-Financeira.



Fonte: Organograma do Belmar Hotel.

Os fluxogramas são elaborados para:

- Definir de forma sistemática, a seqüência dos passos (atividades), que compõem o procedimento;
- Apresentar os agentes da organização responsáveis por realizar cada uma das atividades descritas;
- Facilitar a visão global do conjunto de atividades do procedimento.
- Os símbolos mais utilizados para a realização de um fluxograma horizontal seguem na figura abaixo:



PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS?





PARAÍSO?



*Deus criou o paraíso e descansou no sétimo dia.
Adivinha onde?*



Jardim do... Eden!