INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

AGENTE DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

Nome

Endereço

Telefone

Email

Anotações

AGENTE DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

Diego Medroni e Maristella Gabardo

Versão 1
Ano 2012

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ
Reitor
Prof. Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação
Silvestre Labiak Junior

Organização
Marcos José Barros
Cristiane Ribeiro da Silva

Projeto Gráfico e Diagramação
Leonardo Bettinelli

Introdução

Prezados alunos e futuros profissionais do turismo. É com imenso prazer que nós os recebemos para participar nessa viagem por alguns dos aspectos mais importantes da sua futura profissão. Esperamos que vocês possam aprender um pouco mais sobre as habilidades que um profissional do turismo deve ter assim como as especificidades que a sua profissão exigirá.

Assim como em todas as viagens, tivemos que fazer escolhas, pois nem o tempo nem o espaço disponível poderiam dar conta de tudo o que você vai precisar saber nessa tão ampla, bela e encantadora profissão. Esse livro, então, deve ser consultado mais como um guia do que como um manual completo no qual se pode encontrar tudo. Vale à pena lembrar também que saber “tudo” deve ser sempre o nosso objetivo, mas quando ele for alcançado em algum dos campos com os quais trabalhamos devemos olhar para os outros, ainda inexplorados, e iniciar novamente a nossa jornada.

Por falar em jornada, boa sorte na sua jornada por esse material!

Anotações

Sumário

Unidade 1

FUNDAMENTAÇÃO VOLTADA PARA A AMBIENTAÇÃO PROFISSIONAL 7
O QUE É LÍNGUA? 7
Comunicação e Expressão **7**
A Língua Padrão e a Não-padrão. Confusões e Usos **9**
A Comunicação no Mundo do Trabalho **12**
EDUCAÇÃO AMBIENTAL, ECOLOGIA E PROTEÇÃO AMBIENTAL 16
Introdução a Educação Ambiental 16
Métodos de Proteção e Educação Ambiental **18**
Desenvolvimento e Sustentabilidade no Turismo **19**
Práticas de Sucesso **20**
ÉTICA E RELAÇÕES INTERPESSOAIS 23
Normas Éticas nas Relações com Clientes, Colegas de Trabalho, Participantes, Público em Geral e Meio Ambiente **24**
Responsabilidade Social **25**
Dilemas Éticos do Profissional de Turismo **25**
FUNDAMENTOS DO TURISMO E DA HOSPITALIDADE 29
A Importância Do Turismo **29**
Hospitalidade **31**
Importância da Instrução e da Informação na Atividade Turística **32**

Unidade 2

TÉCNICAS PARA ATIVIDADE TURÍSTICA E INFORMACIONAL 35
Manifestações culturais e cultura popular **35**
Folclore **36**
Literatura **37**
Cinema **38**
Festas Populares – Música e Dança **39**

Unidade 3

TÉCNICAS PARA ATIVIDADE TURÍSTICA E INFORMACIONAL 43
Geografia Geral **43**
Localização Nacional **45**
Localização Regional **47**
Perfil das Demandas e Ofertas - Fluxo Turístico Regional **48**
Patrimônio Turístico **51**
Patrimônio Cultural **51**
Patrimônio histórico **52**
Patrimônio Ambiental ou Natural **52**
Patrimônio Turístico Nacional **54**

Paraná **54**
Capital **55**
Litoral **56**
Lapa **57**
Guia Brasileiro de Informações Turísticas **58**
LAZER E RECREAÇÃO 59
Conceituação **60**

Unidade 4

ATIVIDADES SUPERVISIONADAS 63
Participação com trabalhos práticos no trade do turismo curitibano e/ou paranaense **63**
Elaboração de Relatório Final **63**
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 64

Unidade 1

FUNDAMENTAÇÃO VOLTADA PARA A AMBIENTAÇÃO PROFISSIONAL

Objetivos:

- Diferenciar a língua padrão da não-padrão, seus usos e contextos
- Auxiliar no melhor atendimento dos clientes
- Mostrar a importância de uma comunicação eficaz em uma empresa.
- Formas de melhorar a comunicação na empresa

Comunicação e Expressão

Desde que um grupo de animais se organiza em sociedade eles desenvolvem meios de se comunicar, compartilhar informações e aspectos importantes para a manutenção de sua sociedade. Com o ser humano não foi diferente. Desde que nos organizamos em comunidades desenvolvemos um código para poder contar aos outros o que nos acontecia, as coisas que pensávamos, entre outras coisas. Esse sistema que compartilhamos com os outros de nossa sociedade é o mais eficaz quando se trata de transmitir emoções, informações, impressões, idéias, conhecimentos, etc. Entendemos e sentimos expressões como Eu te amo, Te odeio ou Acho que vai chover com muito mais força quando essas são ditas por pessoas que são de nosso convívio e que se expressam usando o mesmo tipo de linguagem que nós. Os homens e mulheres de uma mesma sociedade compartilham o significado e o peso que cada uma dessas expressões têm. Se eu digo você é legal ou eu te amo, apesar de ambas as expressões se relacionarem positivamente com a ação de gostar a diferença entre elas é clara para nós. Aprendemos, inconscientemente, a identificar os sons que formam as palavras, a ordem em que devemos formar nossos enunciados, o significado das palavras, de algumas expressões e a entender o que as pessoas dizem sem dizer, ou seja, as suas intenções. Como assim?

Imaginemos essa conversa. Você trabalha como agente de informações turísticas (AIT) em uma central de atendimento da prefeitura de sua cidade e hoje vocês estão atendendo muitas pessoas ao mesmo tempo. Enquanto mais e mais pessoas vão chegando, você pede a elas que aguardem sentada a sua vez de serem atendidas. A seguinte conversa se segue:

AIT: - Boa tarde

Turistas: Boa tarde.

AIT: - Os senhores podem aguardar um pouquinho que assim que eu terminar esse atendimento falarei com vocês. A nossa sala de espera fica a direita. Vocês desejam uma água, um café...?

Turistas: - Água, por favor.

AIT: Claro, vocês podem se servir de água ou café na mesa que se encontra logo na entrada da sala de espera.

Para que ambos, falante e ouvinte, possam entender essa conversa, eles têm que ser capazes de entender o que os sons emitidos pelo falante significam, como eles se agrupam e qual é o movimento que fazemos para produzi-lo. Além disso, temos que saber em que ordem as palavras devem ser postas na frase. Afinal, nenhum falante nativo diria “Espera nossa fica sala a direita” pois esse enunciado não faria sentido algum. A forma como a AIT trata o cliente e vice-versa deve ser também identificada, mantendo certo grau de formalidade exigido no ambiente de trabalho. Há uma última informação a ser interpretada nesse texto, a intenção da AIT ao utilizar-se desses sons, significados e dessa ordem para pergunta aos turistas se eles desejavam algo para beber. O que a AIT quer dizer ao oferecer água ou café ao cliente?

Ao enunciar “Deseja uma água, um café...?” a AIT está dizendo indiretamente ao cliente que a empresa se preocupa com o bem estar dele e deseja que ele se sinta o mais confortável possível, amenizando assim o mal estar que esse possa sentir pela demora em ser atendido Além disso, oferecer água ou café é um gesto de cordialidade e simpatia o que diminui a formalidade do ambiente profissional.

Todos esses fatores formam o que chamamos de língua. Logo, sempre existe um falante que emite um enunciado ao ouvinte que o interpreta e que responde a esse enunciado, tornando-se falante e assim por diante.

Responda:

1) Leia atentamente o texto acima novamente e responda a essas perguntas:

a) O que é língua?

b) Quais partes formam um enunciado?

c) Analise essa conversação, identifique as partes e interprete o que o chefe quis dizer a Andréia.

- Andréia, preciso que esses vouchers sejam entregues hoje a tarde no aeroporto para o Sr. Sousa.

- Ok, Sr. Cláudio. Pedirei ao motoboy que venha buscá-los e os entregue.

- Prefiro que você os leve pessoalmente. O Sr. Sousa é um dos nossos melhores clientes e prefiro que ele tenha um tratamento mais personalizado.

A Língua Padrão e a Não-padrão. Confusões e Usos

As línguas em geral surgem na interação entre os falantes que nela deixam suas marcas e a utilizam da melhor forma possível para atender as suas intenções. Sendo assim a língua é um órgão vivo que pode ser moldado e que vai se modificando com o passar dos anos. Mas calma! Para entendermos melhor o que acontece vejamos um pouco da história da língua portuguesa.

Não voltaremos ao início dos tempos porque de lá não temos registros claros de como surgiram e se organizaram os primeiros idiomas. Esses registros só começaram a existir com a invenção da escrita por volta de 3500 a.C. Vamos avançar um pouco mais na história até a época romana. Os romanos era um povo que dominou grande parte do que hoje conhecemos como Europa e parte da Ásia e da África. À medida que eles iam dominando esses territórios, eles espalhavam a língua que era usada em sua capital, Roma, o latim. Como ele não era imposto como língua oficial pelos dominadores, ele era aprendido e ia se adaptando como a incorporação de novos sons, palavras e formas de expressão em conseqüência do contato direto com as línguas dos nativos e com os usos e necessários de cada povo. Com o tempo essas diferentes formas de se falar o latim se distanciaram tanto da maneira como o latim estava sendo falado em Roma (já que esse também foi se alterando com o passar dos tempos e também não era mais igual do que foi levado a outras partes do império) que elas passaram a ser consideradas outras línguas. Foi assim que muitos anos após o fim do império romano as variantes do latim que existiam na época levaram o nome do que hoje conhecemos por italiano, espanhol, português, francês, romeno, etc. Porém, assim como não era possível que em todo território romano se falasse latim da mesma maneira, era impossível que todas as pessoas desses territórios falassem da mesma maneira. Na Itália, por exemplo, as pessoas até hoje falam os dialetos (varientes específicas de uma determinada região) que aprendem em casa (e que são muito diferentes do que conhecemos como italiano) e aprendem a falar o italiano padrão na escola. É comum as pessoas em suas regiões utilizarem o dialeto que aprenderam desde crianças e em outras regiões, falando por telefone ou escrevendo utilizem o dialeto que se denomina padrão. Mas quem decidiu ou decide qual é o dialeto padrão a ser seguido? Essa é uma questão bastante política e continua sendo assim até hoje.

Nessa época com o inicio da união dos diversos reinos para a formação dos países os governantes tinham que escolher uma língua que representasse o seu país e seu povo. Antônio de Nebrija em 1492 apresentou a rainha Isabel da Espanha um compilado de regras e

descrições da fala dela e do seu povo de Castilha. Isabel gostou tanto da idéia que instituiu a língua descrita por Nebrija como a língua oficial da Espanha, o castelhano, hoje também conhecido como espanhol. O mesmo aconteceu na Itália que escolheu a variante da Toscana para ser chamada de italiano. As razões que levaram a essa escolha também foram políticas, uma vez que essa era a região mais rica da Itália e um dos principais pólos artísticos e culturais da época. Foi com esse dialeto também, que Dante escreveu um dos livros mais importantes da literatura italiana, a Divina Comédia. A escolha então pela variante a ser seguida ou denominada padrão não tem a ver com certo e errado, com bonito e feio, nem mesmo com mais ou menos importante, mas com uma decisão política.

Não tenha vergonha de utilizar a língua que você aprendeu a falar desde pequeno. Ela faz parte da sua identidade.

A ideia de que todos na Itália falam italiano está errada assim como a idéia de que todos nós de norte a sul do Brasil falamos o mesmo português também está errada. Cada grupo social, étnico, regional utiliza a língua de uma maneira e se identifica com essa maneira. A língua ainda pode ser utilizada de diferentes maneiras mesmo dentro de um mesmo grupo por homens e mulheres; jovens, crianças e adultos, etc. Essa língua única que todos pensamos ter que usar e falar não existe, é apenas uma ilusão.

Crie e faça bom uso das oportunidades que você tem ou vai ter de aprender um pouco mais sobre a língua padrão, ela vai ser muito útil para as suas relações profissionais.

Não tenha vergonha de utilizar a língua que você aprendeu a falar desde pequeno. Ela faz parte da sua identidade.

Crie e faça bom uso das oportunidades que você tem ou vai ter de aprender um pouco mais sobre a língua padrão, ela vai ser muito útil para as suas relações profissionais.

O que é isso então que aprendemos na escola e que chamam de português? Como a língua é muito variada e dinâmica, ou seja, muda o tempo todo e é (re)feita a cada conversa por quem a utiliza, não podemos esperar que pessoas de diferentes partes do mesmo país e de realidades tão diferentes se entendam. Logo, para isso foi escolhida uma das variantes usadas no Brasil e foi decidido que para facilitar a comunicação entre essas pessoas, em algumas situações seria aconselhável o uso dessa língua padrão, ou seja, igual para todos. Essa variante ou língua é a utilizada nos meios de comunicação, como jornais, revistas, internet, etc. Alguns desses meios de comunicação, inclusive, publicam manuais de como seus jornalistas e repórteres devem falar e escrever. Assim como todas as outras variantes ela também é dinâmica e muda com o tempo, sofrendo alterações dependendo da formalidade esperada, se ela está sendo escrita ou falada e até mesmo sofrendo influência de alguns regionalismos. Por

tanto, mais importante do que decorar regras é prestar atenção a como a língua está sendo utilizada na mídia e no seu ambiente de trabalho. Essa será a forma mais eficaz de aprender a língua padrão a que chamamos português: lendo jornais, livros e revistas; vendo os tele diários e observando a forma como as demais colegas de trabalho falam e escrevem. Afinal de nada adianta sabermos regras e regras se não conseguimos produzir um bom texto, de qualidade, que transmita de forma clara as intenções de quem o escreve.

Finalizando, então, essa nossa breve conversa sobre as línguas padrão e não- padrão, vale lembrar que se não existe uma única variante certa, não existe motivos para que as pessoas não utilizem as variantes que dominam em conversas informais. É claro que ao escrever um documento ou um e-mail, ou nas relações de trabalho que exijam certa formalidade é recomendado que se faça uso da norma culta, porém ao chegar em casa, com um grupo de amigos e nas mais diversas situações nas quais não se exige esse formalidade é preferível que se utilize a língua em que fomos criados e na qual todos nos sentimos mais a vontade. Não há problema, e nem está errado dizer frô (flor), probrema (problema), as menina, Ele trouxe esse livro para mim e você e tantas outras consideradas não-padrão ou até mesmo erradas por muitos. Assim como não se vai a praia com traje esporte fino, não se vai a um casamento de biquíni. Cada variante deve ser utilizada no lugar adequado, a padrão nos contextos de trabalho e a não-padrão nos contextos informais.

Responda:

2) Diga se essas afirmações são verdadeiras (V) ou falsas (F). Se elas forem falsas corrija as afirmações.

a) ( ) Todas as línguas são as mesmas desde que foram inventadas.
b) ( ) As pessoas que não seguem as regras da gramática não falam português ou falam português errado.
c) ( ) As línguas variam de acordo com a faixa etária da pessoa, sua classe social e a região onde mora.
d) ( ) Sempre utilizamos a língua da mesma forma independente da situação.
e) ( ) A língua que utilizamos no trabalho nem sempre é a mesma que utilizamos em casa.
f) ( ) Todos nós de norte ao sul do Brasil falamos a mesma língua portuguesa.

3) Qual é a melhor forma de dominar a língua padrão?

4) Qual é a importância de se dominar a língua padrão?

Se você quer saber mais sobre a língua padrão e a não-padrão leia: A língua de Eulália de Marcos Bagno publicado pela editora Contexto. Ou ainda, o Preconceito Lingüístico do mesmo autor publicado pelas edições Loyola

A Comunicação no Mundo do Trabalho

A língua transmite muito sobre quem somos e no que acreditamos e é por isso que devemos fazer bom uso dela principalmente no mundo do trabalho. Uma das principais coisas que devemos cuidar é manter sempre um tom de voz cordial e firme ao transmitir informações aos clientes. Não devemos nos deixar levar problemas pessoais ou profissionais na hora de realizar um atendimento, afinal a forma como nos comunicamos com os clientes mostra muito sobre quem somos e qual a imagem que a empresa que representamos quer transmitir. Manter uma linguagem clara (sem términos técnicos ou rebuscados e gírias) e objetiva é muito importante para que não haja mal entendidos futuros ou para que o ouvinte não saia com a impressão de que ele foi “enrolado” ou de que as pessoas dessa empresa não sabem informar corretamente sobre os serviços que ela presta. Isso também é importante, pois, como vimos todos não utilizamos a mesma língua (utilizamos variantes dessa língua que chamamos de português) para nos comunicarmos, por isso clareza e capacidade de adaptar o que se quer dizer a um tipo de linguagem que o ouvinte possa compreender é fundamental. Cabe também

lembrar também, como já vimos, que não devemos julgar ou criticar a fala das pessoas, principalmente se essas forem nossas clientes, com o risco de que as mesmas por vergonha não voltem mais. Muitos de nós já passamos ou conhecemos casos de pessoas que vão compram mais em certas lojas ou não usam mais certos serviços por terem sido vítimas de pré-conceitos com relação a sua fala, sua roupa ou a forma como se portam. Quando estamos atendendo a uma pessoa esses pontos devem ser insignificantes e em nada alterar a forma como tratamos a esse ouvinte.

Nos casos em que é o cliente ou ouvinte que está nervoso ou alterado emocionalmente é o nosso poder de utilizar a fala de maneira polida e calma que nos ajudará a contornar essa situação sem que nos deixemos levar pelo estado emocional do outro. Imaginemos que um senhor chegue muito nervoso a uma agencia de viagens. Ele grita com as pessoas e deseja ver o gerente imediatamente. O gerente, porém, está em uma reunião e cabe a você solucionar a situação. O que você faria? O recomendado é que primeiramente você mantenha a calma e não altere seu tom de voz. Fale pausadamente, porém, com segurança. Respire fundo e tente acalmar o senhor oferecendo-lhe algo para beber, uma cadeira e comece o atendimento perguntando em que a empresa pode lhe ser útil. Anote as reclamações do senhor e tente resolver o problema. Se for necessário falar com gerente veja se sua reunião já terminou ou tente agendar outro horário para o cliente. Se isso não for possível comprometa-se a resolver a situação e repassar o posicionamento da empresa. As suas anotações facilitarão o trabalho do gerente, pois esse já poderá passar uma posição mais precisa da empresa com relação ao problema apresentado. Para tanto, suas anotações devem ser claras e devem ser apresentadas ordenadamente em forma de um relato. É imprescindível que você cumpra o que se comprometa a fazer para que mantenha a credibilidade da empresa. Jamais prometa o que não pode cumprir.

Algumas dicas que podem ser útil ao realizar um atendimento:

- Não fale rápido demais.
- Fale sempre com segurança.
- Tente ser o mais clara/o, objetiva/o e completa/o possível.
- Esteja sempre disponível para sanar possíveis dúvidas.
- Ouça com atenção ao que os outros estão dizendo antes de julgar ou mesmo responder.
- Sempre mantenha a calma, por mais que as pessoas a sua volta não estejam calmas.
- Preze pela qualidade no atendimento oferecido, realize-o com atenção e pró-atividade.

Em grupos:

1) Invente uma apresentação sobre a empresa na qual você trabalha ou sobre o IFPR. Explique quais são os objetivos dessa empresa, suas metas, sua missão, etc.
2) Os demais alunos devem fazer perguntas sobre essa empresa e o grupo deve responder as mesmas seguindo as dicas apresentadas acima.
3) Após as apresentações façam um balanço do que o grupo realizou de maneira positiva e o que deve melhorar para poder apresentar um atendimento de qualidade.

Auto-avaliação

Responde essas perguntas sobre a sua forma de se relacionar com a sua língua e reflita sobre as suas respostas.

a) Você respeita as diferentes formas de falar português?
b) Você tinha vergonha de falar em público? E agora? O que você pode fazer para melhorar a sua timidez?
c) O que você tem feito para aprimorar os seus conhecimentos sobre a língua padrão?
d) Conte resumidamente o que você aprendeu nessa unidade sobre o uso da língua e da comunicação. Cuidado e atenção para o uso da língua padrão e para escrever um texto que tenha começo, meio e fim.

Respostas:

a) É o sistema de comunicação que compartilhamos com outros de nossa sociedade que através da interação faz possível a comunicação de sentimentos, descobertas e pensamentos.
b) É composto pela interação entre duas ou mais pessoas que se utilizam de um sistema de sons, e significados em uma determinada ordem para poder expressar o que intencionam.
c) Se utiliza de um grupo de sons que formam palavras com significados e que em uma determinada ordem formam o sentido desses enunciados. Se pode interpretar que a intenção do chefe ao proferir o último enunciado é de que ele não deseja que nenhuma outra pessoa leve esses documentos, pode ser por confiar mais na agente de informações, pela pressa ou por diversos outros fatores que só poderíamos saber se conhecêssemos melhor todos os envolvidos: Sr. Cláudio, Andréia e o motoboy.

2) Resposta: a- f ; b – f; c- v; d-v; e-v; f-f

Justificativa:

a) As línguas variam e evoluem com os povos. Afinal palavras como mimeógrafo não são mais tão utilizadas e foi substituída pelo Xerox. Ou seja, nós nos utilizamos da língua e a adaptamos para que ela atenda as nossas necessidades.

b) Todos nós dominamos alguma variante da língua portuguesa, por isso não existe certo ou errado. Quem domina a gramática (conjunto de regras de uma determinada variante) da língua padrão utiliza uma das línguas para se expressar e essa não é nem melhor e nem pior que as outras, mas diferente.

c) As línguas padrão e não-padrão nos servem para que comuniquemos de forma mais clara o que queremos, logo, elas, assim como as roupas que usamos, vão ser utilizadas de acordo com a situação e com quem falamos. Não falamos da mesma maneira com uma pessoa desconhecida, com um familiar e com um superior.

d) Todos podem utilizar a língua padrão para se comunicar, porém a língua que aprendemos e que é a nossa língua materna não é a mesma, pois ela varia de acordo com o local, as origens (se existem colônias de imigrantes na região), a classe social, a faixa etária, entre outros fatores. Cada comunidade acrescenta a língua a sua marca de personalidade, que a distingue das demais.

3- Prestar atenção a como a língua está sendo utilizada na mídia e no seu ambiente de trabalho. Lendo jornais, livros e revistas; vendo os tele diários e observando a forma como as demais colegas de trabalho falam e escrevem.

4) Facilitar a comunicação entre as diferentes pessoas de diferentes partes do país, pois a homogeneização facilita a comunicação entre pessoas que não são da mesma comunidade de fala. Por isso, a língua padrão é a mais recomendada para o mundo do trabalho.

Objetivos:

- Analisar a relação entre o homem e meio em que vive
- Discutir alguns dos principais conceitos e tratados relacionados a preservação ambiental
- Estudar algumas soluções para o problema do meio ambiente.

O ser humano (que aqui, às vezes, designaremos como homem) atinge sua plenitude somente quando vive em sociedade, se relacionando e se desenvolvendo em contato com seus pares e o seu entorno. Através do processo de evolução da sociedade, da urbanização e da industrialização estamos rompendo um dos elos das necessidades básicas do ser humano, que é de viver em equilíbrio e harmonia com o seu habitat.

O meio ambiente, assim como todos os organismos vivos existentes, tem um limite de resistência e recuperação. O uso indiscriminado e abusivo dos recursos naturais assim como a falta de consciência com relação a preservação de recursos finitos pode vir a gerar um rompimento nesse ciclo de equilíbrio e de resistência. O Simples fato de vivermos em uma sociedade implica em impactos ambientais, resta a nós estabelecermos se os impactos serão positivos ou negativos.

Introdução a Educação Ambiental

Ambientalismo é um modo de ver e entender a vida no qual se prioriza a preservação de elementos naturais, assim como dos ecos-sistemas ainda virgens. È bastante difundido nos meios urbanos.

Podemos dizer que o ambientalismo, tem duas visões principais. A primeira tem a ver com o movimento ecológico mais amplo e genérico que leva em consideração o homem inserido no meio ambiente como agente modificador, que também é chamado de movimento sócio ambiental. O segundo é o movimento verde que tem como principal preocupação demandar medidas de proteção ao ambiental. Neste caso o homem é apenas mais um dos seres que compõe o meio ambiente e por fazer parte desse delicado equilíbrio deve preservá-lo não para o próprio bem, mas para a manutenção da vida do planeta. Iremos adotar as duas vertentes como essenciais e verdadeiras.

A política pública adotada não dever estar voltada apenas para minimizar os problemas que criamos ao meio ambiente, mas sim ao estudo e execução de atitudes para impedir que novos problemas apareçam.

- **Sequestro de carbono** é um processo de remoção de gás carbônico emitido por muitas indústrias e que polui o ar que respirando. O processo ocorre principalmente em oceanos e florestas onde organismos tais como as algas e diversos outros tipos de plantas por meio de fotossíntese capturam o carbono e lançam oxigênio na atmosfera. O termo é muito usado por grandes empresas, que por serem grandes poluidoras, compram e mantém áreas verdes para tentar minimizar os impactos gerados por seus métodos de produção. Essas empresas acreditam que assim podem continuar poluindo desde que tentem desfazer os males causados. Vale lembrar que a poluição é causada em um local e o seqüestro é realizado em outro, ou seja, o impacto que foi causado ao meio ambiente por aquela indústria não será sanado.
- **Sustentabilidade** é um termo usado para definir as atividades realizadas visando suprir as necessidades da nossa sociedade e primando pelo mínimo de impacto que essas possam causar ao meio ambiente, para que assim seja possível o resgate e a recuperação do mesmo através de ações reparadoras.Essas atitudes possibilitarão a continuidade e a preservação dos recursos e o seu uso contínuo de forma a sustentar a vida e a economia na Terra.
- **Impacto ambiental** é toda alteração no meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas. As conseqüências são diversas, como: alteração da paisagem natural e consequentemente cultural, alteração na capacidade produtiva do solo, rios, lagos e mares e aumento dos problemas de saúde, tais como problemas respiratórios, diversos tipos de câncer, etc. Além da aceleração do aparecimento de outros fenômenos naturais, tais como o assoreamento e as chuvas acidas.

Um termo muito utilizado hoje em dia é o desenvolvimento-sustentável, mas se pensarmos bem, existe desenvolvimento sem ser sustentável?

Todos, principalmente os formadores de opinião - professores, líderes religiosos, artistas, e comunicadores em geral – são chamados a trabalhar em prol do aumento da consciência ambiental individual e coletiva, pois somente assim poderemos progredir para uma sociedade realmente sustentável. Passar não somente informações solicitadas, mas aquelas informações importantes, de preservação do patrimônio, da cultura, e não geração de lixo desnecessária, são exemplos de atitudes que o Agente de Informações pode tomar.

Métodos de Proteção e Educação Ambiental

Saúde, educação, oportunidades de emprego e geração de renda. Esses aspectos quando desenvolvidos para melhorar a qualidade de vida população autóctone (natural de certa região), servem de base para que a Educação Ambiental (EA) seja realmente discutida e posta em prática. Uma vez que quando as populações conseguem de forma sustentável gerar a renda necessária para viver bem e em harmonia com o seu habitat, o desejo de preservação cresce.

Essa reflexão sobre educar para preservar é importante, pois vivemos em um sistema de alto consumo, baixos custos e grandes lucros, o que sem duvida é responsável pela degradação e exploração dos recursos de forma equivocada. Dessa forma a EA cria uma necessária articulação com a forma de produção, protegendo não somente o meio onde essas pessoas vivem como também a sua própria existência.

Podemos dizer que a Educação Ambiental é aquela que direciona as transformações da sociedade para novas formas de pensamento, unificando, justiça social, ética e qualidade ambiental (do ambiente que vivemos).

Mesmo sendo muito antiga, a idéia de preservação ambiental somente ganhou popularidade e se entendeu a necessidade de sua aplicação na década de 70. A EA nos tempos atuais deixou de ser uma teoria e passou a ser ditada pela lei em diversos países do mundo, seja por força da sociedade seja pela urgente necessidade de salvar o que ainda resta.

Porém com a crescente globalização, foi visto a necessidade de que essas ações não fossem feitas isoladamente por alguns países. Logo, durante os anos 70 vários países membros e convidados das Nações Unidas começaram a se reunir para discutir o tema e criar alternativas e tratados conjuntos para tentar diminuir o impacto do uso desenfreado dos recursos naturais sobre o meio ambiente. Essas conferências, encontros e tratados continuam

a ser firmados ao após ano, sem que as principais nações poluentes se comprometam realmente em mudar as suas atitudes, vide a não assinatura dos EUA (principal emissor de CO2) ao tratado de Kyoto.

As principais convenções que discutiram o tema foram:

Conferência das Nações Unidas Sobre o Meio Ambiente: 1972 na cidade de Estocolmo, considerada o embrião da EA moderna.
Convenção sobre as Mudanças Climáticas: 1992 na cidade do Rio de Janeiro, denominada de ECO-92.
Protocolo de Kyoto: 1997 na cidade de Kyoto.
Plano de Implementação: 2002 na cidade de Johannesburgo.

Como documento gerado por essas conferências e encontros temos, além do protocolo que Kyoto, a Agenda 21 (resultado da ECO-92 e da RIO-92) que centraliza a idéia do "desenvolvimento sustentável", abordando temas econômicos, a inserção de minorias nas decisões e é claro redução da poluição.

Desenvolvimento e Sustentabilidade no Turismo

O turismo é uma das principais formas de compensar as dificuldades dos outros setores da economia e atua como instrumento de equilíbrio, pois promove e desenvolve a economia com aumento da oferta de emprego e investimentos públicos (Oliveira, 1998).

Quando existe um incremento do investimento público em turismo em um determinado local, os investimentos privados começam a vir conseqüência da demanda de hotéis, restaurantes, lojas e outros serviços demandados pelos turistas. Logo, a geração de emprego e renda tendem a aumentar, o que pode significar uma visível melhora na qualidade de vida da população autóctone.

Todos "ganham" com a atividade turística se ela for feita de forma sustentável, empresários, pequenos comerciantes, trabalhadores e estudantes terão mais possibilidades e não terão de se deslocar para os grandes centros para conseguir trabalho ou melhores oportunidades. O setor público terá uma maior arrecadação e o cidadão terá maiores condições de permanecer em sua cidade, uma vez que ela será mais valorizada ambiental ou culturalmente. Porém não podemos esquecer que essas práticas de turismo devem sempre estar ligadas ao desenvolvimento educacional desse povo, uma vez que quanto maior for o fluxo de turistas para esse determinado lugar maior vai ser a necessidade de mão de obra especializada. O agente de informações turísticas, por exemplo deve saber falar outros idiomas, entender da

geografia da região, da sua história e formação, ser comunicativo, proativo, etc. Outro aspecto que deve ser sempre posto como prioridade para a promoção do turismo se relaciona com o cumprimento das leis e normas que regem tanto as cidades, como os estados e a nação. A isso se liga a ética que deve ser sempre mantida, desde os comerciantes e empresários até os cidadãos e moradores da região. Por ética entendemos o comportamento ou conduta que se pauta nas leis da honestidade, sinceridade e valores morais e sociais, fundamentais para o bom relacionamento nas relações profissionais.

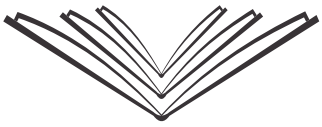
O conhecimento das diversas leis estabelecidas naquela região, município ou indústria é fundamental para um planejamento adequado e devem ser cumpridas, sob risco de termos que arcar com as conseqüências de possíveis acidentes. Imagine a seguinte situação. Em uma visita a uma usina, por medida de segurança não é permitida a entrada de pessoas usando shorts ou saia e sapato aberto. A agente que ia acompanhar o grupo nesse dia esqueceu de checar a roupa das pessoas que estavam nesse grupo e elas entraram mesmo não estando vestidas apropriadamente. Devido a um vazamento pequeno havia uma pequena poça de um liquido corrosivo. Uma das pessoas do grupo pisa nessa poça e queima parte do pé e da perna. Esse foi um acidente pequeno e que poderia ter sido facilmente evitado. A empresa sofreu um processo e a agente foi demitida por não respeitar as regras de segurança da empresa.

> "Nas sociedades democráticas, lei é um ato de soberania do povo, que exprime sua vontade por meio de seus representantes, os parlamentares (deputados, senadores, vereadores). Segundo a nossa Constituição, lei é uma norma ou conjunto de normas elaboradas e votadas pelo poder Legislativo. Ato oriundo deste e produzido segundo procedimento descrito na Constituição, inova a ordem jurídica."(POMILIO e DORTA: 2003).

Como vimos, as leis seguem a vontade de seu povo e por isso devem ser respeitadas. Quando recebemos turistas devemos conscientizá-los de que não importa quais sejam as leis ou normas que regem o seu país ou região de origem, quando estamos em outro local as leis vigentes e que devem ser respeitadas são as dessa região.

Práticas de Sucesso

As ações governamentais vêm para aumentar o bem estar dos indivíduos, visto que estas devem ser amparadas legalmente por programas, projetos, planos, metas e orçamentos. Para que os planos de desenvolvimento turísticos tenham sustentação, existe a necessidade de se estabelecer normas e regras para a definição do papel, tanto do poder público quanto dos diversos atores privados relacionados ao setor. (MAMEDE, 2002)



Podemos citar algumas atitudes comprovadas de sucesso no desenvolvimento com preservação:

Energia: Se as edificações tivessem essas tecnologias poderiam ser auto- suficientes em geração de energia. As vantagens são enormes, a retirada de lixo da natureza, o aproveitamento dos recursos disponíveis no meio ambiente, sem modificá-lo permanentemente, e a transformação de comunidades poluidoras em coletoras.

Eólica: Energia produzida a partir da força dos ventos. É uma fonte inesgotável e de baixo impacto ambiental

Solar: Energia produzida a partir da luz do sol. É uma fonte inesgotável e de baixo impacto ambiental. Ainda tem um custo elevado devido a pouca tecnologia e apesar do seu relativo uso. Existem diversas técnicas que vão da sua captação e transformação a reflexão.

Mares e correntes de rio: Energia produzida a partir da força das correntes. Ainda tem um custo elevado devido a sua pouca ou nenhum utilização. Existem diversas teorias, e algumas usinas em teste, porém ainda não se sabe os impactos reais, mas na teoria seriam muito menores do que os gerados pelas hidroelétricas.

Biomassa: Energia produzida a partir da biomassa disponível e que é abundante, de baixo impacto e de alto grau de reaproveitamento. Temos basicamente três tipos: a produção de energia através de matéria prima in natura, como etanol e biodiesel, ou o aproveitamento de gases de aterros, de lixões e de excremento animal.

Consumo: Obviamente o consumo de produtos não pode ser evitado, mas através da educação podemos chegar ao consumo consciente, como por exemplo o incentivo a compra de "produtos verde", ou seja:

- Alimentos produzidos localmente, sem agrotóxicos e por pequenos produtores.
- Equipamentos eletrônicos produzidos por empresas nacionais e em território nacional que utilizaram em sua fabricação tecnologias limpas.
- Produtos duráveis com tempo de uso maior.
- Não utilização de matérias primas não renováveis.

Conscientização: o ato de comprar menos e melhor e uma correta educação econômico financeira dos indivíduos tenderiam a reduzir as compras por impulsividade, o que gera gastos desnecessários e um acumulo cada vez maior de lixo. Não desperdiçar ou esbanjar, são atitudes básicas das quais devemos nos lembrar sempre, uma vez que vivemos em uma cultura de desperdício e isso não é fácil de mudar, mas é necessário e deve começar com a mudança de cada um.

Transporte: a utilização de sistemas de transporte público eficientes reduz o impacto da dependência das sociedades pela indústria automobilística, o que diminui a poluição gerada pelo transporte individual.

Destinação: resíduos sólidos e líquidos podem ser reaproveitados através de um correto sistema de coleta, tratamento e destinação que pode vir a reduzir ao risco de insalubridade, aumenta a qualidade de vida e evita o desperdício.

Preservação: utilização dos recursos naturais de maneira sustentável e a preservação da flora e fauna reduzem os custos de produção e os impactos no meio ambiente.

Controle Populacional: O melhor aproveitamento dos espaços para habitações e desenvolvimento humano bem como o controle da quantidade de indivíduos em um local auxilia a manter o equilíbrio ambiental.

Controle e Punição: a fiscalização e aplicação da lei para poluidores é de grande valia na preservação sócio-ambiental.

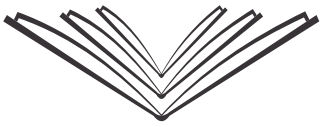
Utilização de espaços vagos: telhados (telhados verdes) terrenos e praças (estacionamentos subterrâneos, seqüestro de carbono e produção energética) e espaços de segurança (plantio em áreas de frenagem de aeroportos) são exemplos de soluções inteligentes para uma melhor utilização dos espaços.

Responda:

1) Qual e como se dá a relação do homem com o meio ambiente.
2) Quais outros tipos de energia poderiam ser produzidos em sua cidade ou região?
3) Quais são as vantagens de um desenvolvimento sustentável? Em que o desenvolvimento do turismo pode ajudar?
4) “A preocupação com o meio ambiente se dá somente em um esfera local.” Essa afirmação está correta? Justifique a sua resposta.
5) Explique com as suas palavras qual é a relação entre sustentabilidade e impacto ambiental
6) Que relação existe entre as leis municipais, estaduais e federais e o turismo

Auto-avaliação

Baseado em tudo o que estudamos pense em como se dá ou se daria o turismo em sua região. Quais seriam as formas de transformá-lo em turismo sustentável? Quais iniciativas poderiam ser realizadas. Escreva um plano de ação e apresente-o aos seus companheiros. Pensem também em pequenas atitudes de cada um de nós pode tomar para transformar a realidade de sua cidade ou região.



Respostas:

1) De interdependência. É necessário que o homem preserve o seu habitat para que siga em uma relação harmônica com ele, assegurando inclusive a continuação de sua espécie.
2) Resposta pessoal
3) O desenvolvimento sustentável além de garantir que continuaremos a ter os recursos disponíveis para a nossa sobrevivência e desenvolvimento garante que continuaremos em harmonia com o meio em que vivemos. Com o desenvolvimento turístico das regiões existe o incremento dos investimentos na região em saúde e educação. Além disso, existe um aumento no número de ofertas de trabalho, aumentando a renda das famílias e despertando nelas o desejo pela preservação da sua região que além de seu lar é de onde a população retira o seu sustento.
4) Não. Essa é uma preocupação mundial e pode ser vista pela quantidade de conferencias, acordos e tratados firmados em defesa do meio ambiente.
5) Sugestão de resposta. Nas regiões onde o desenvolvimento é sustentável o impacto ambiental é reduzido drasticamente, sendo fácil de reverter as conseqüências das atividades humanas na região. Em compensação, um desenvolvimento não sustentável gera impactos muitas vezes irreversíveis e podem vir inclusive a extinguir espécies, recursos e tornar a região inabitável.
6) As leis são feitas para auxiliar a vida das pessoas e por isso devem ser obedecidas pelos cidadãos locais assim como (e principalmente) pelos turistas. A conscientização do turista com relação a essas leis é essencial e faz parte do papel do agente de informações turísticas informar os turistas sobre as mesmas e sua importância.

ÉTICA E RELAÇÕES INTERPESSOAIS

Objetivos:

- Delimitar o papel do agente de informações turísticas.
- Discutir a ética e a responsabilidade social dos profissionais da área do turismo.
- Discutir as relações interpessoais no âmbito do trabalho.

Segundo o Mtur (ministério do Turismo) podemos citar como principais atividades a serem desenvolvidas:

- Orientar e transmitir informações a pessoas ou grupos em visitas, excursões urbanas,

municipais, estaduais, inter-estaduais ou especializadas dentro do território nacional.

- Auxiliar nos serviços de recepção e emissão de turistas, como check in/out, transfer, citytour, bem como indicar serviços especializados.

São deveres do Agente de Informações turísticas:

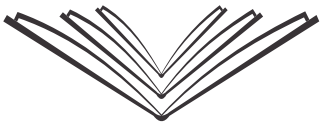
- **Zelar pela correta execução e qualidade dos serviços prestados por ele e por sua equipe.**
- **Atender adequadamente as solicitações dos clientes e contratantes.**
- **Responder com presteza as reclamações encaminhadas.**
- **Conhecer as características essenciais dos serviços oferecidos.**
- **Atender aos clientes de acordo com suas reais necessidades e interesses.**

Normas Éticas Nas Relações Com Clientes, Colegas De Trabalho, Participantes, Público Em Geral E Meio Ambiente

O Agente de Informações Turísticas tem que ter como uma de suas principais tarefas a responsabilidade com a ética. Essa é a postura que deve permear o desempenho de todas as suas demais atividades.

Assim como as demais profissionais do turismo, o agente de Informações turísticas responde civilmente pelos atos que praticar, pelo critério subjetivo ou da verificação da culpa. Podem ser considerações ações antiéticas:

- **A indução do turista ao erro, pela incorreta utilização de serviços e sinalizações.**
- **Deixar de portar identificação.**
- **Se utilizar da função para obter benefícios fora do período de trabalho.**
- **Não observar o Código de Defesa do Consumidor.**
- **Faltar ao dever profissional.**
- **Manter conduta e apresentação incompatíveis com o exercício da profissão.**



Porém, vale lembrar que de nada adianta executar as funções e seguir as normas éticas se faltar ao profissional conhecimento e preparação. Os múltiplos aspectos técnicos do profissional implicam em conhecer suas atribuições, suas funções, e a constante atualização de informações e conhecimentos das mais diversas áreas.

Responsabilidade Social

Diz-se que o ser humano é egocêntrico e egoísta por natureza, porém essa postura não condiz com o novo profissional desejado, que deve se preocupar não somente em ser empreendedor, mas com o seu entorno e com as pessoas que estão a sua volta. Hoje em dia convencionamos denominar essa postura de responsabilidade social. A responsabilidade social deve ser inerente a todos os prestadores de serviço e está prevista em lei. Ela também deve estar presente de forma voluntária, pois dessa forma estará em conjuntura com as novas posturas e a nova mentalidade do mercado profissional atual.

Será que nós pensamos no bem estar social dos clientes, parceiros e da sociedade de uma forma geral?

Somos parte de uma sociedade que é reflexo de nossas atitudes, por isso devemos não somente nos policiar em nossas atitudes como também externar esse pensamento como uma sugestão aos profissionais de nossa rede. A saber, responsabilidade social significa responder sobre seus atos perante a sociedade.

Dilemas Éticos do Profissional de Turismo

Vimos que as aplicações éticas e morais deveriam ser inerentes a todos os profissionais. No nosso caso os aspectos morais estão vinculados diretamente aos costumes e hábitos, cresças e culturas, devendo é claro ser respeitados, porém jamais sobrepujando o comportamento ético.

A responsabilidade Social não se trata somente de um posicionamento certo ou errado, é também uma forma de marketing pessoal ou empresarial.

Sendo assim, um dos maiores problemas e dilema de muitos profissionais se relacionam com o trabalho em grupo. Em um mercado tão competitivo como fazer com que a minha equipe tenha mais destaque que o meu trabalho individual. Como vimos, a revista Fortune indica um caminho ao afirmar que a maioria dos problemas que temos nos trabalhos em equipe não advém dos outros, mas do nosso próprio olhar sobre o outro. Vejamos mais algumas dicas:

Segundo a revista Fortune, " as maiores convulsões sociais dos próximos anos devem ocorrer no ambiente de trabalho, quando, enfrentando o ritmo acelerado das mudanças e a competição acirrada, as empresas se remodelarem – e redefinirem o significado de manter um emprego" . Portanto, não basta estar preparado para trabalhar, saber agir também é fundamental.

Até certo ponto, criamos os problemas que vemos pela nossa maneira de enxergar a realidade; o meio de tratá-los pode determinar a direção futura de nossa realidade. Precisamos reexaminar a seguinte questão: "Como extraímos dessa vasta experiência de vida um problema específico que nos faz agir de certa maneira.(Daniel H. Kim)

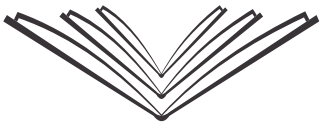
O que é Trabalho em Grupo?

Podemos dizer que um trabalho em grupo pode ser explicado como uma reunião de profissionais planejando, organizando e executando trabalhos com objetivos interligados. Para que isso ocorra é necessário que o relacionamento entre ambas as partes seja harmonioso.

Para evitar problemas de relacionamentos precisamos ser, assíduos, interessados, seguidores de regras e normais sem deixar de inovar.

Somos capazes de pensar, observar e julgar, mas para que isso não se torne um problema, devemos perceber, julgar e mudar, quando necessário, o nosso comportamento, para somente então verificar as atitudes alheias.

O desenvolvimento diário dos relacionamentos é a peça fundamental para produção em conjunto, administrar as emoções e os desejos e conciliá-los com as dos demais participantes é fundamental para o sucesso desse tipo de trabalho. Não se pode progredir sem se adaptar ao meio, e sem contribuir para fazer do meio em que estamos um ambiente saudável e agradável de se trabalhar.



Para vivermos em sociedade devemos obedecer algumas regras e normas. Para os profissionais da área do turismo isso não é diferente. As normas de etiqueta determinam o comportamento que devemos ter em determinas ocasiões, segundo que nível de formalidade, respeito e serviços são apresentados.

Com relação ao traje que deve usar, busque sempre seu próprio estilo, leve em consideração seu tipo físico, valorizando o que você tem de melhor, não faça super produções, mas saiba que a aparência é o seu cartão de visitas. Tenha cuidado com as tendências e as roupas de grife, pois não é porque uma roupa leva uma etiqueta de uma marca famosa que significa que esse será o melhor traje para uma ocasião em especifico. Procure identificar os trajes corretos, ideais ou recomendados para cada momento. O uso de uniformes também deve estar adequado a sua função e as atividades a serem desenvolvidas. Não se espera um uniforme com saia do tipo envelope para uma guia de escalada de montanha. Estar bem vestido pode ser um fator decisivo e diferencial para o sucesso de sua carreira profissional. É claro que não devemos esquecer-nos da competência, da criatividade e do talento, que aliados a sua imagem, completam as características primárias do auxiliar de agenciamento de viagens, um profissional multifacetado.

Vale a pena ressaltar que faz parte da etiqueta a honestidade. Vejamos a seguinte situação: Seu colega de trabalho chega atrasado regularmente, e sempre pede para você "encubra" esse atraso. Essa situação, e outras, podem acontecer em seu ambiente de trabalho e aprender a dizer não faz parte do aprendizado. Parece fácil, mas grande parte dos profissionais não consegue agir com sinceridade e franqueza com o seu colega e com o seu chefe. As dificuldades são ocasionadas por diversos motivos desde querer agradar ou não magoar ao colega até por medo de retaliações. Lembre-se da conduta ética, e tome a decisão que julgar mais adequada para a coletividade, para os clientes, e para sua consciência. Não se deixe levar por seus medos.

Assim como com os animais, as nossas atitudes e respostas aos estímulos do dia a dia tendem a ser automáticos. Resultado de ações realizadas segundo os nossos instintos e não de reflexões sobre as prioridades que temos. Por isso, um ambiente com "clima pesado", desencontros de informações, falta de comunicação e sem um mínimo de regramento, nos influência de forma

O líder, não necessariamente é o chefe, mas constante é o mais observador e capacitado da equipe.

Os agentes de informações turísticas serão lideres, pois os turistas dependerão de suas informações e decisões para garantirem a segurança e a otimização do tempo durante a viagem.

negativa na obtenção de uma resposta a um problema. Por outro lado, um ambiente agradável pode nos ajudar a trabalhar de maneira mais eficaz e agradável. O Comportamento alheio deve ser levado em consideração, mas nem sempre como exemplo a ser seguido. Ex: O chefe tende a não aceitar as idéias dos colaboradores, e a ser grosseiro com os funcionários que ocupam os cargos de base da empresa. Esse tipo de comportamento deve ser observado para que não seja repetido. Ou seja, não significa que devamos agir da mesma forma que nosso chefe acreditando que essa seja a política da empresa. Além disso, devemos ser primeiramente fiéis ao que acreditamos, a nossa ética profissional, a nossa profissão e por último a política da empresa, afinal, se a política da empresa na qual trabalhamos não estiver de acordo com o que acreditamos e com a nossa ética, devemos nos fazer a seguinte pergunta: Vale a pena seguir trabalhando nessa empresa?

Parte do relacionamento do ambiente trabalho depende da motivação da equipe. A motivação deve sempre surgir dos próprios funcionários e ser espontânea. A motivação de qualidade vem dos valores atribuídos a profissão e não quando determinada por prêmios ou punições. Uma pessoa motivada apresenta maior produtividade e uma melhor qualidade de vida, além de estar mais contente com sua profissão e com os desafios que esta lhe apresenta. Neste aspecto um dos poucos fatores externos que podem auxiliar nesse encontro entre o indivíduo e o seu fator motivacional é o líder da equipe. Sabemos que a liderança é a melhor forma de influenciar o comportamento, as ações e a mentalidade de outras pessoas. Dessa forma o líder é o principal responsável pelo rendimento psicológico e físico de sua equipe.

Responda:

1) Quais são as tarefas que um agente de informações turísticas deve realizar?
2) O que é ética? Como podemos aplicá-la ao turismo? Exemplifique
3) O que significa responsabilidade social?
4) Segundo a revista Fortune qual é o principal fator de dificuldades interpessoais no trabalho? Exemplifique com exemplos do seu dia a dia.
5) O item 3.4 apresenta várias dicas de como aprimorar o nosso relacionamento interpessoal. No quadro abaixo faça um esquema com as que você considera as mais importantes (você pode falar sobre motivação, vestuário, honestidade e liderança, por exemplo)

Auto-avaliação

Em grupos Discutam e formulem um documento de orientações de como tratar os turistas e as pessoas que trabalham conosco no nosso ambiente de trabalho. Dêem dicas,

formulem exemplos e pensem em que aspecto cada um pode melhorar a sua convivência no trabalho.

Respostas:

1) São deveres do agente de Informações turísticas: zelar pela correta execução e qualidade dos serviços prestados por ele e por sua equipe, atender adequadamente as solicitações dos clientes e contratantes, responder com presteza as reclamações encaminhadas, conhecer as características essenciais dos serviços oferecidos e atender aos clientes de acordo com suas reais necessidades e interesses
2) Comportamento ou conduta que se pauta nas leis da honestidade, sinceridade e valores morais e sociais, fundamentais para o bom relacionamento nas relações profissionais.
3) Preocupar-se em ser empreendedor, mas também com o seu entorno e com as pessoas que estão a sua volta.
4) A forma como vemos e analisamos as coisas, ou como problemas ou como oportunidades de crescimento, por exemplo.
5) Resposta pessoal.

FUNDAMENTOS DO TURISMO E DA HOSPITALIDADE

Objetivos:

- Definições de turismo e hospitalidade.
- Importância do turismo e da hospitalidade para o desenvolvimento de ima região.
- Importância da formação e do estudo para a área do turismo.

> "A palavra tour quer dizer volta e tem o seu equivalente turn, no inglês. As palavras tourism e tourist, de origem inglesa, já aparecem documentadas em 1760, na Inglaterra. Mas os estudiosos do setor como o Suíço Arthur Haulot, na busca de suas origens, apresentam a possibilidade de origem hebrea da palavra tur, quando a Bíblia cita que Moisés enviou um grupo de representantes ao país de Canahã para visitá-lo e informar-se a respeito da suas condições topográficas, demográficas e agrícolas."(OLIVEIRA, 1998)

A Importância Do Turismo

Confrontar o binômio desemprego e pobreza deverá convergir para a solução de alguns dos problemas sociais e econômicos que uma região enfrenta. A atividade turística pode

vir a ser uma alternativa que contribui para reestruturar o setor produtivo e também, do ponto de vista econômico, fortalecer as atividades geradoras de renda e de emprego nos locais em que há uma potencialidade de desenvolver e favorecer o turismo. (ANSARAH, 1999)

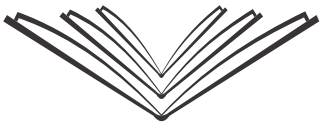
Uma das definições que a OMT (Organização mundial do Turismo) apresenta sobre o turismo é o "deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivados por razões não econômicas". Esta definição padroniza o conceito de turismo, porém não podemos limitá-lo a essa definição. (POLETTI, 1999) Afinal pode-se fazer turismo depois da jornada de trabalho se nos encontramos em outra cidade ou mesmo na nossa própria cidade.

Na sua dimensão social, a atividade turística estabelece um valioso intercâmbio cultural. Para isso é necessário ter uma boa organização do território, melhorar a prestação de serviços públicos, contar com planos de conservação do meio ambiente e dessa forma melhorar a qualidade de vida das comunidades receptoras. (MAMEDE, 2002)

O turismo está sendo considerado como uma atividade econômica viável e que possibilita a reestruturação e/ou revitalização econômica do local. Mas para que isso realmente perdure é necessário que haja um planejamento (FERRETI, 1999) a longo prazo e planos de ação coerentes com as realidades do local.

Com as novas descobertas e estudos sobre as atividades humanas muitas das idéias e conceitos que existia vão se modificando. A forma de abordagem e a correta utilização dessas conclusões, no aspecto da paisagem (transformação do meio natural ou cultural), formam a interface entre a Geografia e o Turismo. A geografia do turismo vem para auxiliar a atividade turística, contribuindo as teorias ambientais mais elaboradas, com técnicas de desenvolvimento e preservação, desde a escolha do local a ser explorado até como conscientizar a população autóctone da importância da atividade para os âmbitos sociais e econômicos. (BRAGA, 2007)O turismo não é apenas um olhar superficial e limitado sobre os outros povos e paisagens. Ele pode e deve mergulhar nos mistérios da arte, da filosofia e da história para compreender mais profundamente as outras culturas e civilizações. (TRIGO,2001)

Adotemos o pensamento do turismo como atividade humana capaz de intervir de forma positiva nos âmbitos social, cultural e econômico de um local. Por tal motivo, o turismo, uma atividade que integra os seres humanos à economia, pode converter-se num instrumento idôneo para favorecer as oportunidades econômicas sociais de trabalho, renda e produção cultural.



Para Braga (2007) qualquer trabalho de planejamento turístico tem como pressuposto o conhecimento do destino turístico, levando em consideração a oferta turística (atrativos, equipamentos e infra-estrutura de apoio), a comunidade receptora (principal elemento a ser impactado), a demanda turística (elo entre núcleo emissor e núcleo receptivo) e a concorrência (outros destinos turísticos).

O turismo sustentável prevê a integração do turista com a biodiversidade e as múltiplas culturas, de modo a promover a qualidade de vida de todos os envolvidos, fomentando a conservação dos recursos naturais, culturais ou históricos para que as gerações futuras possam também usufruí-los. (POMILIO e DORTA, 2003)

Hospitalidade

A hospitalidade é a prática de acolher o visitante, proporcionando o bem estar a quem está chegando. Todos devem fazer a sua parte, os governantes da cidade ou região devem oferecer equipamentos e serviços públicos condizentes com a legislação, como por exemplo, segurança, redes de circulação e ambiente saudável. O setor turístico deve oferecer serviços e atividades que façam com que o visitante se sinta bem e tenha uma estadia segura, planejada e com infra-estrutura adequada. Temos por natureza uma cultura hospitaleira, gostamos de receber pessoas e nos esforçamos ao máximo para agradar quem nos visita, porém não podemos esquecer que cada cultura interpreta os sinais que dados de maneira diferente. Por isso, a aproximação afetiva que demonstramos poderá ser interpretada como ofensiva por algumas culturas e como desejada por outras. Isso deixa claro que as demonstrações de hospitalidade não devem ser baseadas somente na nossa cultura e na nossa forma de fazer as coisas, mas no conhecimento e no preparo que devemos oferecer aos que nos visitam.

A Hospitalidade no turismo é baseada na lei dos 7 C's:

- Cama: Serviços de hospedagem, com as tipificações da rede hoteleira disponível;
- Comida: Locais adequados, de qualidade e de variados tipos para a alimentação;
- Caminho: Redes e empresas de transporte de diversas modalidades;
- Compras: Empreendimentos adequados e sustentáveis que ofereçam produtos locais e regionais incentivando a produção local;
- Conhecimento: Profissionais bem preparados e bem informados para atender e informar os turistas;
- Capacitação: Profissionais qualificados, com fluência em diversos idiomas e capacidade técnica para realizar a sua função;
- Carinho: A somatória dos fatores acima com a forma cultural de se recepcionar. Segundo o

MTUR, para ser hospitaleiro devemos ter satisfação no que efetuamos. O Ato de informar pode vir acompanhado de brincadeiras e momentos de descontração porém nunca se deve perder o foco que é informar com clareza e precisão.

Sorriso e educação são fundamentais, mas esses são apenas os instrumentos que devemos utilizar para poder desempenhar a nossa função da maneira mais competente possível. A hospitalidade está nos macro atos e nos micro atos, faça sua parte e tenha uma atitude colaborativa para que os demais também o façam.

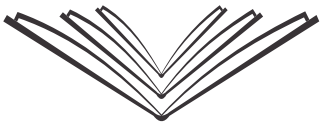
Importância da Instrução e da Informação na Atividade Turística

Para se entender a importância da instrução e da informação no turismo, devemos antes compreender que essa temática ainda não faz parte de nossa cultura educacional, muito menos está inserida na mentalidade de grande parte dos profissionais do trade. Basear as fontes de informações no senso comum, não reflete a real percepção do indivíduo sobre o assunto. Somente com uma reflexão crítica baseada na sabedoria de buscar estudar, entender, viver outras realidades, observar e compará-las podermos desenvolver um real aprendizado do que devemos transmitir ao turista. Já no Antigo Testamento (e olha que ele foi escrito faz tempo), diz que os pais devem instruir os filhos, ora, se sabemos desde então que a instrução é importante para a família, não será ela importante ao profissional?

Reproduzir é simples, podemos aprender fórmulas e memorizar regras, porém se não houver um real aprendizado da função e apenas for copiado o que nos é passado, a atividade seguramente não se realizará a contento. É preciso inventar e reinventar para produzir com qualidade e essa só será realmente efetiva e útil se vier pautada no que aprendermos e tivemos sabedoria de perceber. Ser independente, produtivo e inovador e melhorando os atributos de sua função é um dos maiores diferenciais que um profissional pode ter hoje em dia.

Muitas vezes quando entramos em uma empresa somos “podados”, por profissionais medrosos, e por isso nos acomodamos. Justo nossa inquietude que deveria ser o material lapidado pela empresa, nos é tirado. Para que isso não aconteça, estar bem informado também é um fator diferencial. Não somos talhados a um trabalho especifico, devemos ser plurais na capacidade produtiva e se a empresa em que estamos não valoriza o nosso potencial empreendedor e inovador, devemos aprender com ela o quanto pudermos e tudo o que ela puder nos oferecer de bom e logo se mesmo assim continuarmos achando que poderíamos realizar as nossas atribuições de uma maneira melhor e inovadora, devemos buscar uma empresa em que possamos juntar os conhecimentos adquiridos com a nossa vontade de inovar e levar as nossas funções a excelência.

No turismo, saber transformar sabedoria, aprendizado e informações em planejamento



e atitude pode ser o fator que diferencie um profissional padrão de um excelente, as férias decepcionantes de um grupo de turistas em momentos de prazer e boas lembranças, o perigo eminente em aventurar e adrenalina, o sucesso em fracasso.

Podemos exemplificar da seguinte forma: uma família decide passar o dia em um local agradável e liga para o disk informações turística do município. Eis que o atendente mal informado do tempo climático, indica a família um passeio por um parque rural com estrada de terra. A possibilidade de que a chuva, o frio e os ventos estraguem o passeio é grande, porém como o AIT não se atentou desses detalhes possivelmente poderá ter posto essa família em uma situação desagradável que não trará boas lembranças futuras da cidade. Muito do boca a boca no qual o turismo é baseado dos momentos agradáveis e felizes que as pessoas passem ali, por isso é fundamental que os turistas sejam direcionados a lugares seguros e com infra-estrutura, além disso eles sempre ser bem atendidos para que se sinta acolhidos e desejem retornar outras vezes a cidade. Outro exemplo, um casal visitando Curitiba vai até um dos locais de informação turística da cidade para obter informações sobre os pontos turísticos da cidade, e perguntam ao agente de informações onde poderiam jantar após as 23:00 horas, eis que esse sem saber do funcionamento dos locais da cidade lhes indica a Rua 24Horas, que encerra suas atividades antes e não tem restaurantes que funcionem 24 horas.

São dois exemplos que dizem respeito ao nível de instrução e de informação que o profissional deve ter. Todos concordam que os anos de experiência são importantes para o desempenho dessa função, porém a correta qualificação é um fator decisório.O conhecimento do perfil do turista ajuda a saber o que ele precisa, o que vai perguntar e o que vai querer conhecer e saber sobre a cidade. Esse tipo de conhecimento aperfeiçoa e otimiza o atendimento e da a sensação ao turista de que a cidade está preparada para recebê-lo com tudo o que ele deseja ver, saber e conhecer. Temos então dois pontos os quais sempre devemos estudar e estar em constante atualização: a demanda de turistas, seus desejos, necessidades, interesses e características principais e sobre a ofertar de produtos e serviços locais.

Pode definir-se como trabalho todo o serviço remunerado mesmo que ocasional e de curta duração (Gazier, 1992). O perfil do profissional de agente de informações turísticas está intimamente ligado ao grau de instrução e esse é fundamental para que ele desenvolva com excelência as atividades que lhe são atribuídas e que assim possa sempre estar empregado. Por isso o profissional de turismo, não importando a quantos anos atua na área ou o quanto já sabe da região, deve sempre ter em mente aprimorar as suas habilidades no trato com os clientes e com as informações da sua cidade ou região.

Responda:

1) O que é turismo?
2) O que é turismo sustentável?
3) Em que consiste o planejamento turístico?
4) O que é ser hospitaleiro?
5) No que se baseia a hospitalidade?
6) Quais são as habilidades que um AIT deve perseguir sempre?

Auto-avaliação

Estabeleça um diário das coisas que você deseja aprender sobre os turistas que visitam a sua região e sobre o que ela oferece para eles. Após ter listado esses itens, em grupos desenvolvam um plano de ação para buscar essas informações e posteriormente compartilhá-las com toda a turma. Desenvolva também estratégias e um método individual de estudo e organização das informações que você for aprendendo sobre a sua região, isso facilitará o atendimento e o seu trabalho no futuro.

Respostas:

1) O deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivados por razões não econômicas
2)O turismo sustentável prevê a integração do turista com a biodiversidade e as múltiplas culturas, de modo a promover a qualidade de vida de todos os envolvidos, fomentando a conservação dos recursos naturais, culturais ou históricos para que as gerações futuras possam também usufruí-los.
3) O conhecimento do destino turístico, levando em consideração a oferta turística (atrativos, equipamentos e infra-estrutura de apoio), a comunidade receptora (principal elemento a ser impactado), a demanda turística (elo entre núcleo emissor e núcleo receptivo) e a concorrência (outros destinos turísticos).
4) É ter a infra-estrutura necessária para receber bem o turista.
5) Se baseia nos 7cs: cama, comida,caminho, compras, conhecimento, capacitação e carinho.
6) A habilidade de se comunicar com o turista e de conhecê-lo e o conhecimento local de tudo o que possa vir a interessar ao turista.

Unidade 2

TÉCNICAS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA E INFORMACIONAL

Manifestações culturais e cultura popular

Objetivos:

- Definir o que são as manifestações populares.
- Exemplificar algumas delas e a sua relação com o turismo.

As manifestações populares, sejam de cunho religioso ou não, possuem um caráter ideológico uma vez que comemorar é, antes de mais nada, conservar algo que ficou na memória coletiva (Paiva Moura, 2001 aput RIBEIRO,M., 2004)

Um dos maiores atrativos turísticos de um povo ou região é a sua habilidade de manifestar a cultura através das artes, seja o artesanato, a música, a pintura, a dança, as festas típicas, a literatura, o cinema ou outras.

O término cultura já foi definido muitas vezes por diferentes estudiosos de diferentes áreas e por ser tão amplo abarca a muito do que conhecemos. De acordo com Edward Tylor (1871) a cultura pode ser definida como “a totalidade complexa que compreende os conhecimentos, as crenças, as artes, as leis, a moral, os costumes e qualquer outra capacidade ou hábito adquirido pelo homem enquanto membro da sociedade”. Ou seja, é tudo o que nos caracteriza como pertencentes a uma comunidade em específico, desde a forma como tomamos (e o que comemos) no café da manhã até as grandes composições de música clássica. Não existe nenhuma forma de cultura que não esteja ligada a uma dada sociedade e que nela não carregue traços culturais de um povo. Portanto conhecer uma determinada região é mais do que ver as belezas naturais ou históricas de um lugar. É perceber as pessoas que vivem ali, seus hábitos, sua arte (artesanato, quadros, música, etc.) e a maneira como essas se relacionam com o seu habitat. O profissional do turismo deve saber como cativar o interesse do turista por essas singularidades da região, através do conhecimento que esse demonstra pela cultura local. Mesmo para o público jovem que se diz muitas vezes não interessado na cultura local, mas nas festas e na “badalação” se interessará pelas peculiaridades das regras de comportamento existentes nos bares ou nas histórias/tradições (música e dança) das

grandiosas festas populares como o Carnaval (tendo como representantes mais conhecidos e populares: Brasil, Colômbia, Veneza), a festa de San Fermín (Espanha) ou a festa do dia dos mortos (México), para citar alguns exemplos.

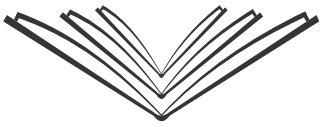
Cabe lembrar apenas que o turismo deve sempre ser explorado cuidadosamente para não transformar as mais puras manifestações culturais de uma região em um produto mercadológico que se repete sem sentido, perdendo o seu significado e seu encantamento natural. É notório que a presença do turista com suas máquinas de fotos e seu não entendimento pleno da manifestação pode vir a modificá-la, porém como profissionais do turismo devemos sempre fazer um trabalho de conscientização desses turistas e da população local para que essas riquezas não se percam. Realizar uma festa de carnaval (mesmo que particular) em pleno julho somente para satisfazer a curiosidade de um grupo de turistas pode surtir o efeito contrário e desmotivá-los a conhecer o verdadeiro carnaval, pois a mesma não terá o mesmo brilho, a mesma força e a mesma energia da festa real. O exagero nas encenações e a falta de comprometimento com o verdadeiros significado das tradições podem ter efeitos mais prejudiciais que benéficos.

Para ler mais sobre o impacto que o turismo tem nas manifestações populares:
A transformação das manifestações culturais motivadas pelo fenômeno turístico de Bruno Brito disponível em:
http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=2273
Festas populares e turismo cultural – inserir e valorizar ou esquecer? de Marcelo Ribeiro:
http://www.pasosonline.org/Publicados/2104/PS040104.pdf

São tantos os tipos de cultura que seria impossível dar um panorama fiel de todos os tipos de representações culturais que podemos encontrar, para tanto vamos apresentar um pequeno panorama de algumas delas, de sua importância e de sua relação com o turismo.

Folclore

O folclore de um país sempre esteve ligado as tradições populares e aos povos que as praticam. O povo o quem nos referimos e a cultura que esse carrega pode ser definida como



> "Povo, em folclore, corresponde aos não beneficiados pelo conhecimento e estudo da cultura erudita, da cultura oficial, transmitida em estabelecimentos de ensino, livros, etc., mas que possuem uma cultura não dirigida, empírica, espontânea, transmitida através das gerações pelas palavras e pelo exemplo, suscetível de modificações não impostas, mas decorrentes da dinâmica cultural." (RIBEIRO, M. L., 1980)

Ou seja, ao falarmos de folclore falamos de tradições, histórias, conhecimentos e artes passadas pelo ensino empírico, ou seja, pelo fazer na prática, pelo contar e pela informalidade. Esse conhecimento é transmitido de geração em geração e é mantido por elas, com o tempo esses conhecimentos podem vir a sofrer algumas adaptações e mesmo a serem extintos, porém se eles persistirem é porque carregam em si um grande significado, seja histórico, cultural ou mesmo afetivo.

O folclore nasce de uma necessidade do homem entender as dificuldade e facilidades relacionadas com o meio em que ele vive (RIBEIRO, M. L., 1980). Uma das formas de fazer isso é através de histórias (casos populares) e lendas que expliquem alguns dos fenômenos da natureza, como o desaparecimentos de objetos, explicado pelas peças pregadas pelo Saci-Pererê. São muitas as histórias e personagens que podem ser usados para encantar o turista, levando-o a vivenciar o imaginário popular.

Literatura

Desde o inicio da literatura os relatos de viagens recheiam os olhos e os ouvidos de quem os lê e escuta. Um dos primeiros e mais famosos relatos de viagem de que se tem registro é o de Odisseu relatado por Homero na Odisséia (viagem de Odisseu). Nele, Odisseu relata as maravilhas e perigosos que viu nas terras estrangeiras, assim como as diferentes tradições desses povos. São inúmeros os livros que contam como é a vida em outro lugar e nos fazem viajar juntamente com o narrador para conhecer esses povos, lugares e tradições. Ao passar dos anos muitos de nós (re)construímos no imaginário as paisagens, pessoas e demais características desse povo e instigados pela vontade despertada por essas narrativas embarcamos em uma viagem com um destino certo, o narrado pelo livro. Como exemplo dessa influência está a Bahia que Jorge Amado eternizou em seus livros e que ainda hoje atraem milhares de visitantes a Salvador buscando os cheiros, as cores e a energia que estão nos livros. Ou ainda, mais recentemente, o aumento na busca por pacotes turísticos para os três destinos descritos no livro Comer, Rezar e Amar de Elizabeth Gilbert (2008) – Itália, Índia e Bali/Indonésia.

A própria colonização e o interesse pelo Brasil se deram com um relato de viagem, a carta que Pero Vaz de Caminha escreveu a D. Manuel, rei de Portugal e que descrevia as

belezas naturais e os povos que viviam aqui.

Para ler a carta de Caminha na integra:
www.projetomemoria.art.br/PedroAlvaresCabral/docs/cartapero.doc

Atraídos por essas descrições muitos enfrentaram os mares para conhecer o paraíso descrito por Caminha. Porém, assim como deve ter acontecido com muitos desses que cruzaram o mar é importante lembrar que a literatura é uma expressão artística e como tal ela não tem nenhum compromisso com o que existe, ou seja, em descrever as coisas como elas realmente são. As descrições literárias transmitem a visão que o autor tem sobre a realidade ou como ele imagina que ela seja. Um exemplo disso são os livros que José de Alencar escreveu. Em muitos deles o autor descreve a vegetação e as pessoas que vivem naquele lugar, ou melhor dizendo, que ele imagina viverem ali, uma vez que ele nunca viajou para lugares como o pampa gaúcho para poder escrever o livro Gaucho, por exemplo. Poderíamos chamar José de Alencar de mentiroso, então? Não, pois a literatura não deve ser considerada como um livro de geografia e/ou história, o seu compromisso é com o encantamento e com a fantasia e não com a realidade.

Alguns dos nomes importantes que utilizam do meio em seus trabalhos são: Euclides da Cunha, Jorge Amado, Érico Veríssimo, Helena Kolody, Dalton Trevisan, Machado de Assis, Aluizio de Azevedo, etc.

Cinema

O papel do cinema em nossa sociedade se aproxima muito do de encantamento que a literatura exerce sobre as pessoas, como é o caso de filmes como Sob o Sol da Toscana (2003) ou Diários de Motocicleta (2004). A importância do cinema para a promoção de uma localidade, assim como de atrair turistas é enorme, visto a sua presença na vida das pessoas. No entanto, aqui gostaríamos de discutir o uso do cinema em outros dois aspectos não tão comentados: o dos documentários de resgate e dos vídeos institucionais.

Documentários de resgate. Graças as leis de incentivo a cultura, nos últimos anos o Brasil tem conseguido produzir muitos documentários sobre várias manifestações populares que estavam desaparecendo por falta de incentivos governamentais. A popularidade do cinema e desses documentários faz com que essas manifestações chamem a atenção das autoridades e comecem a receber incentivos, apoio e tenham como consequência sua prática revitalizada. Foi o que aconteceu com o documentário Caiçara de Geraldi Piolo que retrata como vivem os

caiçaras do litoral paranaense, principalmente de Paranaguá e Guaraqueçaba. O documentário foca em uma de suas manifestações artísticas que estava caindo no esquecimento: o fandango. Depois desse documentário, são várias as iniciativas que promovem o fandango no Paraná e que tentam manter firmes as suas raízes. Um longa-metragem que chamou a atenção para uma das tradições paranaenses que se estavam perdendo, dando origem a vários documentários, foi Cafundó. Gravado na Lapa, ele chamou a atenção das autoridades para as congadas da Lapa. A partir dele, a empresa Lux, juntamente com a Petrobrás (e graças a lei de incentivo do governo), conseguiu revitalizar a congada que voltou a fazer parte do calendário de atrações da Lapa.

Como vimos o cinema pode ajudar a atrair o turismo para certas regiões e revitalizar algumas das tradições que se estavam apagando.

Vídeos institucionais Os vídeos institucionais são de grande importância e seus usos podem ser os mais variados como, por exemplo:

- Auxiliar a preservação de parques nacionais
- Explicar das normas e regras (inclusive de segurança interna) de grandes empresas sejam seguidas durante a visitação
- Mostrar a importância desse local e as atividades que estão sendo realizadas pelas equipes que trabalham ali.

Os vídeos institucionais são de grande ajuda para o profissional do turismo, pois além de mostrar a importância desse local que será visitado pode apresentar as regras de segurança a serem seguidas e o caminho que será realizado durante a visita. Através desses vídeos, o turista poderá conhecer um pouco mais a fundo o local que irá visitar. Esses vídeos também podem ser usados para oferecer viagens ou pacotes para determinada localidade, principalmente se essa ainda não é muito procurada ou conhecida.

Festas Populares – Música e Dança

As festas populares são uma das expressões máximas da cultura popular, pois juntam artes plásticas, música, dança, histórias populares e muitas vezes o folclore numa única manifestação. Elas podem ter um fim religioso, como o Cirio de Belém e São João, um fim pagão como o Carnaval e o festival de Parintins, ou ambos. O que é muito comum, por ser o Brasil formado por múltiplas culturas, é a variada forma como diferentes culturas celebram algumas festas, como é o caso do Ano Novo. Quais são as tradições de Ano Novo que você conhece? Liste algumas e verifique se você consegue identificar de onde vieram essas tradições.

O Carnaval é um exemplo de uma grande festa popular brasileira que se apresenta de diferentes maneiras em cada lugar, como exemplo vamos citar as cidades do Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Olinda. No rio de Janeiro o carnaval acontece em dois espaços: a) na rua com os tradicionais blocos de Carnaval que fazem a alegria de milhares de turistas que saem para acompanhar e dançar desde as antigas marchinhas de Carnaval até os mais modernos hits do verão. b) no sambódromo, onde a elegância e a opulência das escolas de samba tomam conta da avenida e apresentam o seu desfile que fiel ao tema escolhido, demanda um ano inteiro de preparações e trabalho. Já em Salvador, o carnaval conta com as apresentações do Olodum e de diversos trios elétricos embalando os foliões no ritmo do axé. No Recife e em Olinda é o frevo e o maracatu que dão os tons da festa. Em Olinda, os blocos de rua,como o Galo da madrugada, com seus bonecos gigantes trazem a alegria do frevo para as ruas dessa cidade histórica. Em Recife, são os grupos de maracatu, que ensaiam desde o mês de outubro nas ruas do centro histórico, que enchem as ruas de som e alegria. Em Recife também acontece a noite dos tambores silenciosos, na qual os chefes do maracatú prestam homenagem aos ancestrais negros que sofreram com a escravidão, a Nossa Senhora do Rosário e aos orixás (como Xângo) silenciando os seus tambores a meia noite da segunda-feira de Carnaval.

É muito importante que o profissional do turismo seja um grande consumidor de arte (de todas as formas, desde artesanato, até opera) e acompanhe sempre as tendências e descobertas do mundo cultural. Como vimos, a cultura é um dos grandes atrativos locais a serem explorados.

Responda:

1) O que são manifestações populares?
2) Agora que eu e você já sabemos o que é o folclore, dê exemplos de aspectos folclóricos brasileiros.
3) Explique com as suas palavras a relação entre a literatura e o turismo?
4) Como os documentários de resgate podem contribuir para a manutenção de algumas das manifestações culturais nacionais?
5) Quais são os principais objetivos dos vídeos institucionais?
6) Porque as festas populares como o Carnaval encantam a tantas pessoas?

Auto-avaliação

Pesquise um item de cada uma das manifestações populares citadas no texto e expique qual a sua relação com o turismo, como ela se manifesta e como ela se liga as tradições

culturais locais.

Respostas:

Sugestão de resposta da pergunta proposta em festas populares: Respostas: vestir-se de branco, pular 7 ondas, mandar barquinhos para Iemanjá, comer as 12 uvas, lentilha, etc.

1) São as manifestações da cultura local através de suas artes, como o artesanato, as festas locais, a literatura, etc.
2) resposta pessoal
3) Sugestão de resposta: O turismo pode se beneficiar de relatos sedutores e fantásticos dos livros de literatura para atrair os turistas para essas localidades.
4) Os documentários de resgate colocam em destaque festas que estavam sendo esquecidas e desvalorizadas. Assim, através de incentivos privados e públicos essas manifestações podem voltar a ser realizadas e conquistar um público cativo.
5) Os principais objetivos são: auxiliar a preservação de parques nacionais ,explicar das normas e leis (inclusive de segurança interna) de grandes empresas sejam seguidas durante a visitação e mostrar a importância desse local e as atividades que estão sendo realizadas pelas equipes que trabalham ali.
6) Porque são uma das expressões máximas da cultura popular, são a junção das artes plásticas, da música, da dança, das histórias popular e muitas vezes do folclore numa única manifestação.

Anotações

Unidade 3

TÉCNICAS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA E INFORMACIONAL

Geografia Geral

A geografia é uma ciência maravilhosa,pois através dela podemos perceber os diversos espaços que compõem o habitat humano. Iremos aqui permear o conhecimento geográfico através das paisagens, naturais e culturais. Neste capitulo vamos aprender noções sobre localização geográfica, espaço e percepção. Distribuição política das unidades da federação e municípios. Perfil das demandas e ofertas. Fluxo turístico regional.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) temos as seguintes definições.

Paisagem: são porções do espaço relativamente amplas que se destacavam visualmente por possuírem características físicas e culturais suficientemente homogêneas para assumirem uma individualidade" (Holzer, 1999, p.151). Para Milton Santos "A paisagem é um conjunto de formas que, num dado momento, exprime as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza. Os espaços são as formas mais a vida que os anima" (2002, p.103).

Lugar: o lugar é um produto da experiência humana: "(...) lugar significa muito mais que o sentido geográfico de localização. Não se refere a objetos e atributos das localizações, mas a tipos de experiência e envolvimento com o mundo, a necessidade de raízes e segurança" (Relph, 1979). Ou seja, lugares são os locais onde vivemos e onde interagimos.

Cartografia: é uma representação com possibilidades de escolha sobre a realidade em questão. Representa no plano as diversas paisagens. Segundo a ABNT (Associação Brasileira de Normas e Técnicas) cartografia é a "arte de levantamento, construção e edição de mapas e cartas de qualquer natureza."

Território: podemos considerar o território um sistema, onde temos o encontro de espaço e do poder onde a atuação humana é feita pela força. Ex: Divisões políticas dos estados, divisões de municipais, entre outros.

Região: é o resultado da regionalização de um espaço de acordo com interesses específicos. A divisão de um local para facilitar a compreensão e interpretação ou para unificar aspectos comuns de uma área dentro de uma porção maior. Ex: Região Norte, Região Sul, Região metropolitana de Curitiba.

Latitude: é a distancia medida em graus de um ponto qualquer da superfície terrestre até a linha imaginária do Equador. A latitude quando medida no sentido do Pólo Norte é chamada Latitude Norte ou Positiva. Quando medida no sentido do Pólo Sul é chamada Latitude Sul ou Negativa. Utilizado para medir distancias e orientar navegações.

Longitude: é a distancia em Graus do Meridiano de Greenwich . A longitude pode ser contada no sentido oeste, quando é chamada Longitude Oeste de Greenwich (W Gr.) ou Negativa. Se contada no sentido este, é chamada Longitude Este de Greenwich (E Gr.) ou Positiva. Muito utilizado para diferenciar os diversos fusos horários da terra (A Terra possui 360°, se dividirmos por 24 horas da rotação da terra, teremos 15°. A cada 15° temos a diferença de uma hora no relógio).

Escala - Relação entre as dimensões dos elementos representados em um mapa, carta, fotografia ou imagem e as correspondentes dimensões no terreno.

Escala Cartográfica - Relação matemática entre as dimensões dos elementos no desenho e no terreno.

Escala Gráfica - É a representação gráfica da escala numérica sob a forma de uma linha graduada, na qual a relação entre as distâncias reais e as representadas nos mapas, cartas ou outros documentos cartográficos é dada por um segmento de reta em que uma unidade medida na reta corresponde a uma determinada medida real.

Escala Numérica - É a escala de um documento cartográfico (Mapa, Carta ou Planta) expressa por uma fração ou proporção, a qual correlaciona a unidade de distância do documento à distância medida na mesma unidade no terreno.
Ex: 1:100.000 - Lê-se 1 por 100.000.

Globo: representação gráfica sobre uma superficie Esférica.

Mapa: representação gráfica da realidade no plano em escala reduzida.

Carta: representação gráfica em média ou grande escala. Comulmente utilizados para mapas temáticos.

Planta: representação Gráfica com escala muito grande, para apresentar detalhes especificos.

Rotação: movimento da terra em torno de seu próprio eixo. Responsavel pelo dia e pela noite.

Translação: movimento da terra em torno do Sol e que

propicia as estações do ano.

Horário de verão: é uma ferramenta usada em diversos países do mundo para auxiliar na ecônomia de energia dos países. Adiantando o relógio de todos os estados do sul e sudeste, e de parte do Centro-oeste e Nordeste o brasil economiza cerca de 2% de energia elétrica.

Localização Nacional

Os 5 maiores países do mundo em território.

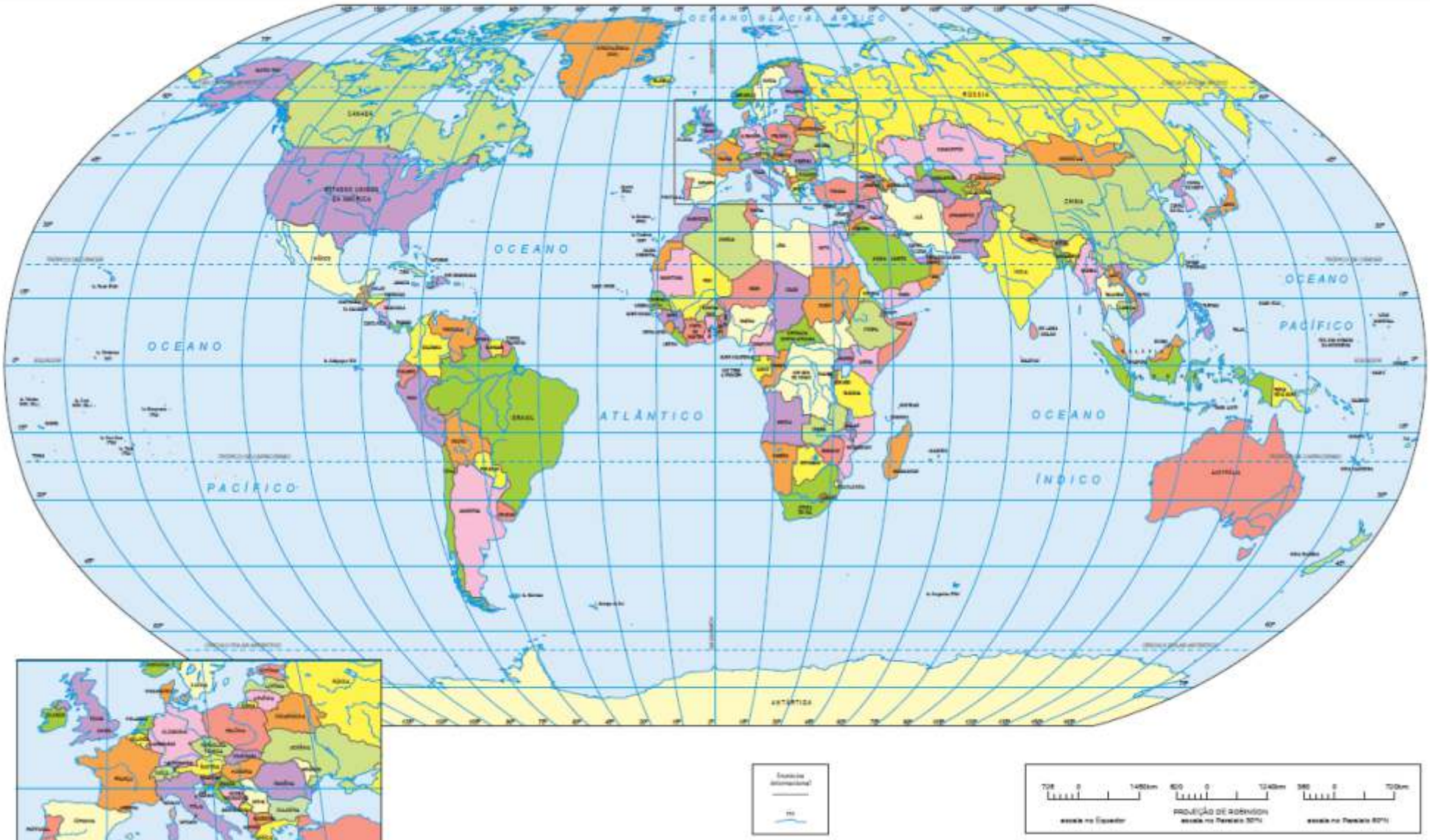
1 – Rússia – 17.075.000 Km²
2 – Canadá – 9.975.000 km²
3 – China – 9.600.000 km²
4 – EUA – 9.364.000 km²
5 – Brasil – 8512.000 km²

Os 5 países mais populosos do mundo.

1 – China– 1.336.718.015
2 – Índia – 1.189.172.906
3 – EUA – 313.232.044
4 – Indonésia – 245.613.043
5 – Brasil – 192.376.496

A grande extensão territorial brasileira permite que o país faça fronteira com quase todas as nações sul-americanas, exceto o Chile e o Equador.

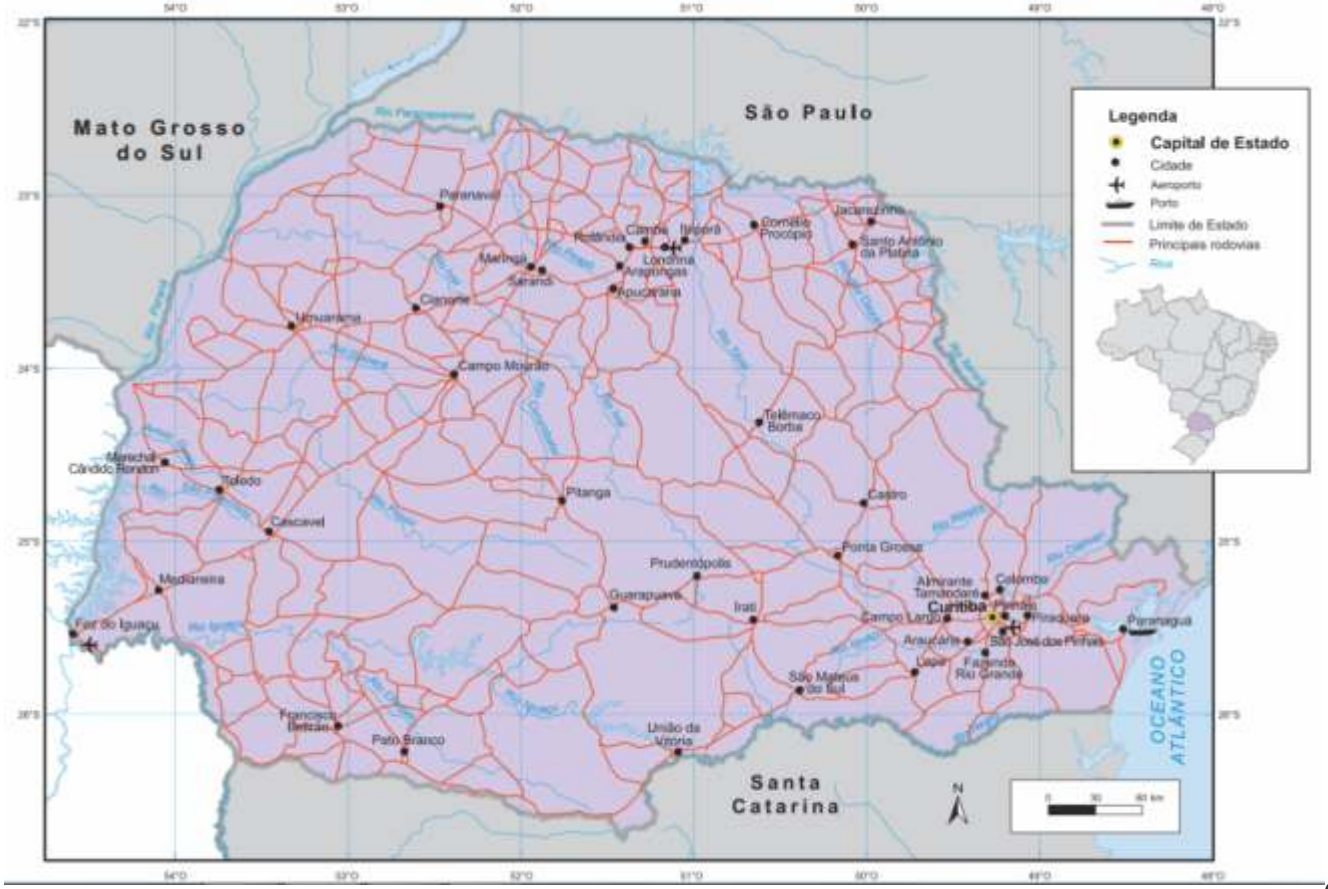
No sentido leste-oeste, o Brasil tem 4.319,4 Km,sendo os pontos mais extremos a Serra Contamana, onde está localizada a nascente do rio Moa (AC); a oeste, com longitude de 73°59'32"; e Ponta do Seixas (PB), a leste, com longitude 34°47'30". No sentido norte-sul o país tem 4.394,7 Km de extensão e os extremos são representados pelo Monte Caburaí (RR), ao norte do território, com latitude 5°16'20"; e Arroio Chuí (RS), ao sul, com latitude 33°45'03".



Fonte: http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/atlasescolar/mapas_pdf/mundo_planisferio_politico_a3.pdf

Fonte: http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/atlasescolar/mapas_pdf/brasil_politico.pdf

Localização Regional



Fonte: http://www.ibge.gov.br/7a12/mapas/ufs/parana.pdf

Perfil das Demandas e Ofertas - Fluxo Turístico Regional

Por fluxo se compreende o deslocamento de pessoas, serviços, informações e renda de uma região, setor ou lugar para outro. Dentro do turismo os principais fluxos são classificados da seguinte forma:

- Fluxo de convergência: atração de pessoas e consequentemente de capital dos municípios e localidades vizinhas devido ao seu tamanho e variedade de serviços;
- Fluxo periférico: deslocamentos do campo para o meio urbano e do meio urbano para o campo;
- Fluxo de negócios: movimentação das pessoas segundo interesses profissionais;
- Fluxo turístico: é o foco do turismo, a movimentação de pessoas por um relativo período de tempo e por motivos de lazer e recreação.

Segundo dados recentes do Ministério do Turismo e da OMT (Organização mundial de turismo) o fluxo internacional de turistas cresce a cada ano – de milhões em 1980 para 438 milhões em 1990; 682 milhões em 2000, tendo atingido a cifra de 920 milhões em 2008. Tudo indica que até 2020 teremos mais de 1,5 bilhão de pessoas viajando pelo mundo. O que significa que a malha turística mundial deve se expandir ainda mais para poder atender a essa demanda constante. É visto também que cada vez cresce mais o turismo rural e o de natureza, o que significará ainda mais avanços no turismo interno.

O turismo também pode ser visto como uma forma de distribuição de renda, visto que quando viajamos consumimos produtos locais e fortalecemos o mercado dessas regiões. Se pensarmos em regiões que vivem da pesca e do turismo, como a Ilha do Mel ou Guaraqueçaba, todo o consumo realizado ali fará com que mais dinheiro circule no mercado local, fortalecendo não somente os vendedores, mas ajudando também a desenvolver essa região. Se pensarmos no turismo internacional a lógica será a mesma, quanto mais viajantes internacionais forem atraídos para locais sem grandes potencialidades industriais, ou com dificuldades sócio-ambientais, por exemplo, maiores serão as chances desses lugares poderem incrementar a sua arrecadação através da atividade turística. Isso ajuda na sustentabilidade da região e destina um futuro melhor as crianças e jovens do local que podem encontrar no local onde nasceram um trabalho que possa gerar a renda suficiente para manter a família, evitando assim o fluxo de convergência para cidades maiores.

Para se pensar:

- **O turismo deverá sempre prezar pela produção, com a criação de novos postos de trabalho, e conseqüentemente ampliação da renda. Deve prezar também pelo consumo, com a inclusão de novas parcelas de consumidores no mercado turístico. Segundo a OMT, o Turismo é responsável pela geração de 6% a 8% do total de empregos no mundo.**
- **Nos últimos anos foram qualificadas 2 milhões de pessoas para trabalhar com o turismo no Brasil, o que significa somente cerca de 60% da mão de obrar necessária.**
- **A melhoria na qualidade de vida das pessoas possibilita o incremento na demanda potencial de turistas, destinos e viagens.**
- **As viagens domésticas (ou seja, dentro do território nacional) no Brasil vêm crescendo cerca de 10% a cada dois anos.**
- **50 % dos turistas se hospedam na casa de parentes e amigos, outros 30% em meios de hospedagens como hotéis, resorts, pousadas...**
- **Apenas 45% dos deslocamentos feitos em território nacional foram efetuados em veículos particulares.**

Fonte: MTUR

Brasil e a mão de obra qualificada ainda é muito escassa nessa área.

Para maiores informações leia essa reportagem de 16 de novembro de 2011 sobre a escassez de profissionais qualificados para a Copa do Mundo:

<http://oestadodoparana.pron.com.br/economia/noticias/50311/?n=copa-2014-bares-e-restaurantes-ja-sofrem-com-falta-de-profissionais>.

Enquanto isso, no Paraná...

O Turismo no Paraná tem ganhado pouco a pouco espaço para além das Cataratas do Iguaçu, em lugares como o litoral, a Lapa, Vila Velha e Curitiba. A Secretaria Estadual de Turismo do Paraná divide o estado em dez regiões turísticas: Litoral, Rotas do Pinhão (Curitiba e Região Metropolitana), Cenários do Tempo (Campos Gerais), Terra dos Pinheiros (Centro-Sul), Estradas e Caminhos (Centro), Corredores das Águas (Noroeste), Norte do Paraná,

Riquezas do Oeste, Vales do Iguaçu (Sudoeste) e as Cataratas do Iguaçu e Caminho ao Lago do Itaipu, totalizando 224 municípios envolvidos. Em 2010, por exemplo, o estado recebeu 12,25 milhões de turistas e a receita gerada com o turismo, foi de US$ 2,6 milhões. Potencial turístico é o conjunto de recursos naturais, humano sociais, assim como elementos históricos e culturais que chamem a atenção de outras pessoas –turistas- por sua beleza ou peculiaridade e mereçam ser conhecidos.

O Paraná tem um grande potencial turístico a ser explorado e depende das agências de fomento públicas e de empresas particulares estimular esse turismo.

Potencial turístico é o conjunto de recursos naturais, humano sociais, assim como elementos históricos e culturais que chamem a atenção de outras pessoas –turistas- por sua beleza ou peculiaridade e mereçam ser conhecidos.

Uma das formas de explorar o potencial turístico de uma região é reconhecendo o que esse local tem a oferecer em termos de história, belezas naturais e cultura. Para tanto, é fundamental que um profissional do turismo conheça a região a qual está divulgando através de amplos estudos sobre a cidade ou região. Se o objetivo for divulgar uma cidade ou região é fundamental informar-se sobre os mais diversos aspectos que podem ser interessantes ao turista. Essa divulgação pode ser de roteiros previamente estabelecidos, já conhecidos e que sejam fornecidos por várias agências ou ser um roteiro especialmente desenvolvido por você, por sua agência ou pela prefeitura dessa cidade e que necessitam encantar o turista para que ele aceite esse novo roteiro proposto. Em ambos os casos cabe lembrar que o estudo na área do turismo é fundamental, já que é através do encantamento pelas coisas ainda desconhecidas, peculiares ou por novas experiências (sejam essas pular de pára-quedas ou dormir uma rede a beira mar) que leva as pessoas a saírem de suas casas em busca de um novo destino.

Por isso, antes de partir para a próxima parte de nosso estudo, em grupos, listem alguns dos itens que seriam importantes que devem ser pesquisados para que devem/podem ser estudados Iniciamos com alguns itens: gastronomia típica, festas típicas, meios de hospedagem disponíveis, sistema de transporte existente e seu funcionamento.....

Dentre as muitas coisas que atraem turistas e promovem a visitação de um local, as mais conhecidas e comentadas são as que formam o patrimônio turístico daquela cidade ou região. Você sabe o que isso significa?

Patrimônio Turístico

O patrimônio turístico de uma cidade é a junção de outros diversos tipos de patrimônios que devem ser preservados por representarem a história desse povo, sua cultura e tradições e que de certo modo o representam. É um legado que se herda e que deve ser preservado para poder ser passado de geração em geração. O patrimônio turístico pode ser dividido em: histórico, cultural e ambiental.

Patrimônio Cultural

"O Patrimônio Cultural de uma nação, de uma região ou de uma comunidade é composto de todas as expressões materiais e espirituais que lhe constituem, incluindo o meio ambiente natural". (Declaração de Caracas - 1992)

De acordo com a constituição federal brasileira Art. 216.

> Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:
>
> I - as formas de expressão;
> II - os modos de criar, fazer e viver;
> III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
> IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
> V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Ou seja, todas as formas de manifestação cultural que sejam representativas de um grupo social ou de uma comunidade (materiais ou imateriais) e que se perpetuem por muito tempo podem ser consideradas parte do patrimônio cultural nacional. Para que as manifestações culturais ou patrimônios culturais sejam classificados como tal, eles devem atender as exigências de documentação e estudos antropológico-históricos do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Podemos citar como exemplos desse patrimônio: o teatro São João na Lapa/PR, o frevo do Recife/PE, o Círio de Nossa Senhora de Nazaré em Belém/PA, o modo artesanal de fazer o queijo em Minas Gerais, a capoeira, etc.

Patrimônio histórico

São os bens, casa, palácios, igrejas, mobílias, utensílios, vestuários, armas, ferramentas, obras de arte, etc. que juntos formam um conjunto de peças que ajudam a narrar a história de um povo, uma nação ou uma comunidade. Hoje em dia no Brasil são preservados os vestígios de várias culturas, sejam elas imigratórias (ou seja, as que colonizaram o Brasil) ou das que aqui viviam. Esse patrimônio é de suma importância para que um povo possa entender as suas raízes e sua identidade histórica, além de seus costumes, tradições, formação étnica, etc. Como exemplo, podemos citar o prédio histórico da Universidade Federal do Paraná em Curitiba/PR, a Cidade Histórica de Ouro Preto/MG, o Centro Histórico de Olinda/PE, a Estação da Luz/SP, as Ruínas de São Miguel das Missões/RS, entre outras.

Como já vimos, o IPHAN é o órgão nacional responsável por cuidar da preservação do patrimônio cultural, artístico e histórico. Porém a preocupação com a preservação desses patrimônios não se dá somente na esfera nacional. Existe uma preocupação mundial com a sua preservação dos locais que possam vir a contar a história da civilização e/ou de seus povos. Para tanto, existe uma cátedra dentro da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Cultura, Ciência e Educação) que se faz responsável pela definição das regras e da proteção do patrimônio denominado por eles (assim que for comprovada a sua importância) patrimônio histórico cultural da humanidade. A lista dos patrimônios certificados pela UNESCO em território nacional se encontra disponível no portal brasileiro do turismo[1], além de alguns roteiros turísticos feitos para esses locais. Importante também é lembrar que quando um imóvel é tombado, ele não pode ser nem demolido e nem sofrer modernizações ou reformas. A preservação dos mesmos é denominada restauração e consiste na preservação das características originais da época em que tal imóvel foi construído. Esse processo deve seguir normas restritas e específicas podendo o imóvel perder o título de patrimônio, se as mesmas não forem respeitadas.

Para saber mais sobre tombamentos[2] e acessar a página do IPHAN[3].

Patrimônio Ambiental ou Natural

O patrimônio ambiental se constitui de tudo o que envolve a relação que o ser humano tem com os seus semelhantes e com todo o meio que o envolve (fauna, flora, floresta, ar,

---

[1]<http://www.braziltour.com/heritage>.

[2]<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntas_respostas/patrimonio-historico/patrimonio-cultural-tombamento-restauracao.shtml>

[3]<http://www.iphan.gov.br>.

minerais, rios, oceanos, etc.). Esses elementos que compõe o entorno no qual o ser humano se desenvolveu influenciam direta ou indiretamente no modo como ele interage e estrutura o seu dia-a-dia nesse local. Essas influências são visíveis na maneira como certas comunidades constroem suas casas, por exemplo, as de palafita construídas em regiões as quais ficam alagadas em certas épocas do ano. Essa é uma construção muito comum em regiões como a do Pantanal e da Amazônia e que devido a época das cheias dos rios, se não fosse pela técnica das palafitas, enfrentaria grandes problemas de inundação, principalmente nas casas ribeirinhas (que são construídas na beira dos rios) .

Fonte: <http://www.arq.ufsc.br/arq5661/trabalhos_2004-2/palafitas/mundo.htm>.

Se você deseja saber um pouco mais sobre as construções feitas com palafitas, consulte: <http://www.arq.ufsc.br/arq5661/trabalhos_2004-2/palafitas/mundo.htm>.

Outros exemplos são a trilha das cachoeiras de Prudentópolis/PR, o caminho de Itupava/PR, a trilha das cachoeiras de Pirinópilis/GO e as chapadas (dos Veadeiros/GO, da Diamantina/BA e dos Guimarães/MT).

Às vezes não se pode caracterizar um imóvel, cultura ou beleza natural em somente um desses tipos de patrimônio e por isso as vezes escutamos falar de patrimônio histórico-cultural, ambiental-cultural, etc. É claro que essas divisões não são rígidas e nem deve ser usadas como método de exclusão. Essas divisões são somente para podermos explicar melhor os tipos de patrimônio, mas antes de classificar os patrimônios é importante estudar se eles não se encaixam em mais de uma modalidade, mesmo porque poder contar que um caminho ecológico como o do Itupava/PR, antiga trilha de 22km ligando a região de Curitiba a Morretes, foi aberto pelos índios e posteriormente utilizado pelos tropeiros o valoriza muito mais. São muitas as

lendas que perpassam essa trilha e as histórias que podem ser contada sobre esse caminho. Logo, como vimos esse é um exemplo de um patrimônio histórico-ambiental do Paraná.

Para saber mais sobre o caminho do Itupava, sua história, relatos antigos e o roteiro do caminho, leia: <http://www.itupava.altamontanha.com>.

Em grupos Escolham uma dessas cidades brasileiras e pesquisem a qual/is tipo/os de patrimônio turístico podem ser encontrados ali e por quê (ou seja, explicar porque esse imóvel faz parte do patrimônio histórico, aquele do patrimônio cultural, assim por diante). Ao final da pesquisa o grupo deve fazer uma pequena apresentação sobre o ponto turístico escolhido tentando fazer um trabalho de convencimento de que esse seria o melhor destino para as férias da turma. Qual equipe conseguirá o maior número de clientes?

Ouro Preto - Lapa - Foz do Iguaçu - Recife - Bonito - Paraty - Prudentópolis - Parintins - Fortaleza - Belém do Pará - Bento Gonçalves - Blumenau.

Patrimônio Turístico Nacional

O território nacional brasileiro, como vimos, é extenso e a quantidade de atrativos que podemos encontrar em cada uma das regiões, estados, cidades e municípios é enorme e diversa. Para não corrermos o risco de deixar pontos importantes fora do listado ou mesmo privilegiar uns pontos em detrimento de outros, vamos dar como exemplo um pequeno levantamento de dados sobre o estado do Paraná e de algumas das atrações e parte do patrimônio que podemos encontrar nessa região e logo pediremos que em grupos seja desenvolvido um pequeno guia com os atrativos que podem ser encontrados nas outras diversas regiões. Esse guia servirá de apoio na maioria das suas atividades ligadas ao turismo, uma vez que será fundamental conhecer bem o que se está promovendo. Vamos agora a nossa pequena exemplificação e logo a um pequeno esquema para desenvolver esse guia.

Paraná

O estado do Paraná é um dos estados que forma a região sul do Brasil e está dividido em 399 municípios. Destacaremos aqui Curitiba, as cidades históricas do litoral e a Lapa.

Capital

Curitiba é a capital do Estado do Paraná, e conta com uma população aproximada de 1.746.896 habitantes (Segundo Censo de 2010 - IBGE). A então chamada Vila de Nossa Senhora da Luz dos Pinhais foi fundada em 29 de março de 1693 e em 1721 passou a se chamar Curitiba (segundo uma das etimologias possíveis e mais aceita, core= muito e tuba=pinhão). Em 1854, seguindo a emancipação do estado do Paraná, Curitiba foi designada sua capital e passou a crescer rapidamente com a chegada de muitos imigrantes europeus e posteriormente japoneses. Alguns dos fatores que contribuíram no desenvolvimento da Curitiba foram os ciclos da erva-mate (existe inclusive um museu dedicado a essa época, o Parque Histórico do Mate em Campo Largo), da madeira e do café.

Curitiba conta com diversas atrações turísticas tanto no perímetro urbano como nas zonas metropolitanas. Existe um ônibus turístico que leva o turista a alguns dos principais potnos turísticos da cidade. A secretaria de turismo de Curitiba ainda oferece outras opções de circuito na cidade, como o circuito natalino (sazonal), o trilhas da fé destinado ao circuito religioso, o circuito gastronômico, etc. Na região metropolitana existem dois roteiros voltados as tradições italianas. O primeiro é o Caminho do Vinho, que percorre a colônia Mergulhão em São José dos Pinhais (http://www.sjp.pr.gov.br/caminhodovinho) e outro é o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo (http://www.colombo.pr.gov.br) que tem como um de seus pontos de interesse, a Gruta do Bacaetava.

Curitiba conta com 26 pontos religiosos de importância histórico-cultural, dentre elas a catedral, a mesquita e a sinagoga. Os três mais antigos são a Igreja Nossa Senhora do Rosário construída no século XVIII assim como a Igreja da Ordem Terceira da São Franscisco de Chagas e a Catedral dedicada a Nossa Senhora da Luz dos Pinhais, padroeira de Curitiba e que data de 1876. Essa última foi construída em estilo gótico inspirada na catedral de Barcelona. Existe uma infinidade, além dos religiosos, de pontos que não puderam entrar no circuito da linha turismo, dentre eles a maioria dos museus, alguns teatros e casas da leitura que a cidade conta. Dentre estes está o Museu Paranaense que foi o primeiro museu a ser instalado no Paraná. Nele se pode percorrer uma linha do tempo que conta a história do homem no território paranaense desde a pré-história até os dias de hoje (http://www.museuparanaense.pr.gov.br) . Existem muitos outros pontos importantes a ser destacados em Curitiba, como a Sociedade Garibaldi, o Paço da Liberdade, a Ordem Rosa Cruz, o Templo das Musas, etc. Todos esses ajudam a contar a história dessa cidade e a desenhar melhor o seu povo, seus costumes e tradições.

Para saber mais sobre Curitiba, visite: <http://www.guiaturismocuritiba.com>.

Litoral

Desde Curitiba uma das formas de chegar ao litoral é fazendo um passeio de trem até as cidades históricas do litoral, dentre elas Morretes. Esse passeio percorre 110km em meio a mata atlântica e se assim desejar, o turista pode terminar em um dos restaurantes de Morretes, nos quais se serve o típico barreado. Prato feito a base de carne cozida por muitas horas em panela de barro até se desfiar, o barreado foi é o prato mais típico do Paraná. Para acompanhá-lo normalmente se serve banana (cozida ou crua), farinha, arroz e pimenta.

Leia sobre a história do barreado e a sua preparação em:

<http://www.barreado.com.br/curios>.

Morretes faz parte do conjunto intitulado de cidades históricas do litoral. Ela é uma cidade colonial do século XVIII cujas principais atrações são as desenvolvidas no rio Nhundiaquara, como o bóia-cross, trilhas que beiram o rio, etc. Assim como Morretes, Antonina também é uma cidade histórica no litoral, sendo a segunda cidade mais antiga do Paraná e tendo sido sede do primeiro porto do Paraná, que hoje em dia está sendo reativado. Além disso, em julho Antonina respira cultura com o Festival de Inverno promovido pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) que normalmente dura de uma a duas semanas. Juntamente com essas duas encontra-se Paranaguá, sede do atual porto mais importante do Paraná, é a cidade mais antiga do estado, datando de 1550. As belas naturais da Ilha do Mel, situada na Bahia de Paranaguá chamam a atenção e atraem milhares de turistas por ano. Juntamente a essas é possível conhecer um pouco mais da história do litoral visitando a Fortaleza de Nossa Senhora dos Prazeres tombado pelo patrimônio histórico por se tratar de um forte da época colonial. Outros pontos históricos interessantes em Paranaguá são o museu de arqueologia e artes populares de Paranaguá, o mercado público, o palácio Visconde de Nácar e o Museu do Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá e a Igreja da Ordem Terceira de São Francisco de Chagas (uma das mais antigas do Brasil- 1770). Guaraqueçaba é uma das praias menos visitas e mais conservadas do literal paranaense. As reservas de Superagui e Salto Morato preservam uma área de mata nativa e de belezas naturais ainda pouco exploradas. Guaraqueçaba ainda guarda uma das principais manifestações culturais do estado: o fandango. Com instrumentos fabricados pelos próprios músicos, os caiçaras guardam uma tradição que vem das épocas medievais européias.

Para saber mais sobre o fandango assista ao documentário Caiçara, de Geraldo Pioli (2008).
Para saber mais sobre sua história, lendas e atividades culturais, leia:

Morretes: <http://www.morretes.com.br>.
Antonina: <http://www.antonina.com>.
Paranaguá: <http://www.paranagua.pr.gov.br/conteudo/guia-turistico>.
Guaraqueçaba: <http://www.guaraquecaba.com>.

Lapa

A Lapa tem uma grande importância histórica para o Paraná, uma vez que foi ali que devido ao cerco da Lapa os federalistas foram barrados tempo suficiente para que os republicanos pudessem se organizar e vencer a guerra em 1894. Em memória desses soldados foi erguido o Panteon dos Heróis que guarda o resto dos soldados que morreram nessa resistência com honras fúnebres. A Lapa conta com um centro que foi tombado pelo patrimônio histórico composto de 14 quarteirões que contam um pouco sobre a vida na Lapa do século XVIII, a guerra contra os federalistas e o tropeirismo. Alguns outros pontos turísticos importantes são o Teatro São João que outrora foi o centro cultural da Lapa, a igreja matriz e a Gruta do Monge que durante muitos anos foi o abrigo natural do ermitão João Maria. Uma tradição lapeana que está sendo revitalizada desde 2005 é a da Congada da Lapa, tradição trazida e mantida pelos escravos e que hoje em dia é realizada com certo cunho religioso juntamente com a festa de São Benedito no dia 26 de dezembro.

Estas são algumas das regiões do Paraná que podem ser exploradas para o turismo, dentro outras tantas que aqui não foram citadas, tais como Prudentópolis, Londrina, Maringá, Cascavel, Foz do Iguaçu, Vila Velha, etc. Um exemplo de cidade com potencial turístico que está aos poucos começando a ser explorada é a cidade de Pitanga, na qual se encontrou vestígios de um antigo caminho indígena que levava ao sul do Perú e que é conhecido como Caminho de Peabiru. O que se pretende é transformar esse caminho em uma rota de peregrinação em exemplo ao que foi feito com o Caminho de Santiago (Espanha), o Caminho Inca (Peru), etc.

Guia Brasileiro de Informações Turísticas

Em duplas ou trios. Cada dupla ou trio deve escolher um estado brasileiro (ou dois no caso desses ainda terem desenvolvido pouco o seu potencial turístico) e escolher dez (10) pontos turísticos, municípios ou regiões que são ou poderiam ser atrativos turísticos para aquele estado. Escreva um pequeno texto explicativo sobre porque o porquê da escolha do mesmo. Logo, insira indicativos de como conseguir mais informações sobre esse local e apresente um plano para conhecer esse local que contemple os itens listados por vocês na página 29. Qual roteiro vocês proporiam para esse estado.

Um modelo de plano/roteiro pode ser encontrado em:

<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/roteiros_turisticos.pdf>.

Os sites de turismo oficiais podem ajudar a traçar os rumos de sua pesquisa.

Auto-avaliação

Responde as perguntas abaixo de acordo com o que você aprendeu nesse módulo:

1) Quais são os tipos de patrimônios turísticos existentes? Exemplifique com patrimônios da sua cidade ou região
2) Em quantas regiões turísticas se divide o Paraná?
3) Quantas cidades formam as cidades históricas ou que apresentam patrimônio natural do litoral do Paraná? Quais são elas?
4) Quais tipos de patrimônios podemos encontrar em Curitiba? Exemplifique.
5) Qual é a importância histórica da Lapa?
6) Analise o estilo de construções da sua cidade ou região. Como o clima, a vegetação e as populações que compõem essa comunidade influenciaram nesse estilo de construção?
7) Escolha uma região ou cidade com potencial turístico perto da sua e faça um plano de ação para atrair mais turistas para essa região, ou seja, escolha os pontos turísticos a serem explorados e pense em formas de divulgá-los.

Respostas

Enquanto isso no Paraná

Sugestão de resposta: pontos históricos e culturais da cidade, exposições de arte,

museus, lugares de boa música, feiras de artesanato, paisagens naturais, atividades ao ar livre (cachoeiras, trilhas), usinas ou outros pólos de importância nacional ou regional, lugares para comprar, igrejas ou outros templos de importância religiosa para esse local, hospitais e postos de saúde caso seja necessário, entre outros.

Autoavaliação

1) São três, os culturais, os históricos e os ambientais (exemplos pessoais).
2) Em dez: Litoral, Rotas do Pinhão (Curitiba e Região Metropolitana), Cenários do Tempo (Campos Gerais), Terra dos Pinheiros (Centro-Sul), Estradas e Caminhos (Centro), Corredores das Águas (Noroeste), Norte do Paraná, Riquezas do Oeste, Vales do Iguaçu (Sudoeste) e as Cataratas do Iguaçu e Caminho ao Lago do Itaipu.
3) São três cidades históricas – Antonina, Morretes e Paranaguá e o município de Guaraqueçaba no qual se situa Superagui, considerada patrimônio ambiental do Paraná.
4) Principalmente os culturais e históricos (exemplos pessoais).
5) Foi fundamental para manter a república brasileira, já que através do cerco da Lapa pode conter os federalistas tempo suficiente para que os soldados republicanos pudessem se fortalecer e vencê-los.
6) Resposta pessoal.
7) Resposta pessoal.

LAZER E RECREAÇÃO

Segundo Alexander Szalai "Tempo é Dinheiro", portanto o que você faz com o seu tempo influencia em quanto dinheiro você pode ganhar, ou gastar.
Já na década de 20 ele percebeu que:

- **o tempo de trabalho é menor do que as pessoas imaginam que ele seja;**
- **as mulheres têm o tempo de lazer sacrificado pelas atividades da família (dupla jornada de trabalho);**
- **o lar é o espaço de lazer de 80% das pessoas.**

Conceituação

Lazer

O lazer pode ser conceituado como sendo uma atividade de livre escolha, gratuita (ou não), realizada no tempo que se tenha disponível. O conceito não restringe a atividade, porém, através dele podemos perceber que não existe uma obrigação nem com a forma como a atividade de lazer deva ser realizada e nem se preocupa em cumprir objetivos. O lazer se dedica a uma autonomia de buscarmos experiências. Por isso, podemos pensar que lazer é um estilo de vida, algo mais duradouro que não termina com a volta para casa.

Segundo Dumazedier o lazer se divide basicamente em 5 tipos: físicos, manuais, intelectuais, artísticos e sociais. Esses tipos em sua grande maioria não são excludentes mas se complementam.

O lazer foi se modificando ao longo do tempo, mudou de espaços (abertos para fechados) trocou de local (urbano para rural e vice-versa) e de tipo (contemplativo e passivo para esportivo ativo). Mas continua sendo um dos pilares da sociedade e é constantemente visto como algo precioso a ser aproveitado.

Recreaçâo

Recreação, do latim recreatio, significa recriar, restaurar. A recreação busca uma satisfação imediata, saciar uma vontade do momento. A recreação tem por finalidade ocupar um espaço de tempo vazio, seja no lazer, nas atividades habituais ou no treinamento de uma empresa. Não é uma atividade que se resume somente ao fazer estando mais ligada ao fazer para ser.Comumente associada ao lúdico e ao divertimento, a recreação pode ser realizada de diversas maneiras, podemos destacar os jogos, as brincadeiras e os brinquedos.

A falta de lazer ou recreação implica diretamente na qualidade de vida das pessoas e com a forma com que elas se relacionam com as outras pessoas e com o mundo a sua volta.

As atividades de lazer e recreação têm uma importância singular na sociedade, visto que podem ser o elo de ligação entre o indivíduo e o mundo exterior, entre a mãe e os demais integrantes da família, entre arrecadação e gastos.

Primeiro o cafezinho, depois a troca de e-mails ou conversa em chats pessoais, e por últimos as salas e espaços de lazer, recreação e relaxamento, são provas de que o lazer somente tem a somar as atividades profissionais, se não assim, por que existe um número cada vez crescente de empresas investindo em atividades lúdicas, recreativas e de lazer para seus

funcionários?

LAZER x TRABALHO	
Objetivo da vida	Obrigação da vida
Divertido	Sério

Leia mais sobre a relação entre o ambiente de trabalho e o lazer em:

<http://www.coladaweb.com/administracao/beneficios-especiais-geram-qualidade-de-vida-na-empresa>.

Anotações

Unidade 4

ATIVIDADES SUPERVISIONADAS

Essa é a oportunidade de enfrentarmos o mercado de frente, somente inserido na atividade podemos aliar conhecimento e prática. Temos duas formas de concretizar a aplicação da teoria.

Participação com trabalhos práticos no trade do turismo curitibano e/ou paranaense

Através de contatos pré existentes os alunos devem ser encaixados em agências de turismo, projetos de turismo (Comunitários, de ONG's, instituições publicas, secretárias, etc) ou ainda em local que o aluno indicar.

Elaboração de Relatório Final

- CAPA – Nome completo – data da atividade – Local da Atividade (Relatório Final)
- SUMÁRIO
    - de tabelas; de figuras e de títulos
- INTRODUÇÃO
    - Descrição;
    - Justificar;
    - Objetivos;
    - Explicar o que o leitor irá encontrar em seu texto.
- DESENVOLVIMENTO
    - Atividades desenvolvidas;
    - Pesquisa de Mercado ou Bibliográfica ou Case;
    - Escolha do tema;
    - Planejamento;
    - Inovações;

- Parceiros;
- Resumo financeiro;
- Problemas;
- Expectativas;
- Soluções encontradas;

- FOTOS/ILUSTRAÇÕES

  - Mapas e Ilustrações

- CONCLUSÃO

- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

  - Mínimo de 10;
  - Devendo conter as 3 fontes principais (internet, livro, periódicos).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACERENZA, M. Á. **Administración del Turism**. México: Trilhas, 1999.

ANDRADE, M. do C. **Noite dos Tambores Silenciosos**. Pesquisa Escolar Online, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em: <http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar>. Acesso em: 22 de dezembro de 2011

BAGNO, M. **A língua de Eulália**. Ed Contexto, São Paulo: 1997.

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. São Paulo: Papirus, 1997.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

BRAGA, D. C. **Planejamento Turístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

BRITO, B. **A transformação das manifestações culturais motivadas pelo fenômeno turístico**. Disponível em:
<http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=2273>.

CARRERA, F.; SÉGUIN, E. **Planeta Terra**: Uma abordagem de Direito Ambiental. Rio de Janeiro, 2001.

CRIAÇÃO DE PARADIGMAS: COMO AS PERCEPÇÕES MOLDAM A REALIDADE - Daniel H. Kim. Declaração de Caracas:
<http://w3.ufsm.br/ppgppc/index.php?option=com_content&view=article&id=105:o-que-atrim-cultural-patrim-histo-patrim-ambiental-ou-natural&catid=7:examples&Itemid=25>. Acessado

em dezembro de 2011.
DENCKER, A. de F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 2000.
DORTA, L.; POMILIO, R. **As Leis do Turismo**: Uma visão panorâmica. São Paulo: Textonovo, 2003.
FARACO, C. A., TEZZA, C. **Prática de texto**. Língua portuguesa para nossos estudantes. Ed. Vozes. Petrópoles: 1999.
FERRETTI, E. R. **Disciplina de Turismo e Meio Ambiente**. Curitiba: UFPR, 1999.
FIORIN, J. L. **Introdução à Linguística 1 – Objetivos teóricos**. Ed. Contexto,São Paulo:2006.
HOLZER, W. **Paisagem Imaginário e Identidade**: alternativas para o estudo geográfico. In: ROSENDAHL, Z. & CORRÊA, R. L. (orgs). Manifestações da Cultura no Espaço. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999. 248 p. p.149-168 (Série Geografia Cultural).
Disponível em:
<http://oestadodoparana.pron.com.br/economia/noticias/50311/?n=copa-2014-bares-e-restaurantes-ja-sofrem-com-falta-de-profissionais>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntas_respostas/patrimonio-historico/patrimonio-cultural-tombamento-restauracao.shtml>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://w3.ufsm.br/ppgppc/index.php?option=com_content&view=article&id=105:o-que-atrim-cultural-patrim-histo-patrim-ambiental-ou-natural&catid=7:examples&Itemid=25>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.antonina.com>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.antt.gov.br/faq/multimodal.asp>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.arq.ufsc.br/arq5661/trabalhos_2004-2/palafitas/mundo.htm>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.barreado.com.br/curios>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.braziltour.com/heritage>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.caminhodepeabiru.com.br>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.colombo.pr.gov.br>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.cultura.pe.gov.br/patrimonio.html>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosestudos/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/geografia/0023.html>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.geo.ufv.br/docs/monografias/samuelSilveira.pdf>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.guaraquecaba.com>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.guiaturismocuritiba.com>. Acessado em dezembro de 2011>.
Disponível em:
<http://www.historiabrasileira.com/brasil-pre-colonial/caminho-do-peabiru>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.historiadomundo.com.br/romana>. Acessado em 23 de dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.historiadomundo.com.br/romana/mapa-do-imperio-romano.htm>. Acessado em 23 de dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/glossario/glossario_cartografico.shtm>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.iphan.gov.br>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.itupava.altamontanha.com>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.lixo.com.br>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.morretes.com.br>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.museuparanaense.pr.gov.br>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.paranagua.pr.gov.br/conteudo/guia-turistico>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.pucsp.br/~diamantino/PAISAGEM.htm>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.sjp.pr.gov.br/caminhodovinho>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/11qualificacao_profissional.html>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/roteiros_turisticos.pdf>. Acessado em dezembro de 2011.
Disponível em:
<http://www.webartigos.com/artigos/a-evolucao-da-lingua-latina-e-suas-modalidades-linguisticas/47297>. Acessado em 23 de dezembro 2011.

MAMEDE, G. **Direito do Turismo**. São Paulo:Atlas,2002.
MARICATO, E. **As Idéias Fora do Lugar e o Lugar Fora das Idéias**. Petrópolis: Vozes, 2000.
MÉLENDEZ, A. **Turismo – Visão e Ação**. México,_____, 2000.
MENEZES, C. **Memórias profissionais de Aziz Nacib Ab´Saber, O que é ser geógrafo**. Rio de Janeiro: Record, 2007.
MOLINA, E. S. **Turismo y Ecologia**. México: Trilhas, 1998.
MORAIS, F. **A Ilha**: Um repórter brasileiro na Ilha de Fidel Castro. São Paulo: Alfa Omega, 1977.
MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. **Introdução à Linguística 1 – domínios e fronteiras**. Ed. Cortez, São Paulo: 2001.
OLIVEIRA, A. P. **Turismo e Desenvolvimento**. Florianópolis: Terceiro Milênio,1998.
PELIZZOLI, M. L. **Correntes da Ética Ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2002.
PILARES, N. C. **Atendimento ao cliente**: o recurso esquecido. Ed. Nobel, São Paulo: 1989.
POLETTI, A. **Disciplina de Teoria e Técnica do Turismo**. Curitiba: PUC-PR, 1999.
PRESTES, J. **Diagnóstico socioambiental da ilha dos Valadares no município de**

Paranaguá-PR. Curitiba: Monografia do Curso de Especialização Análise Ambiental, UFPR, 2003.

REIS FILHO, N. G. **Evolução Urbana no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1968.

RELPH, E. C. **As Bases Fenomenológicas da Geografia. Geografia**. 1979. 4 (7): 1-25.

RIBEIRO, M. **Festas populares e turismo cultural – inserir e valorizar ou esquecer?** Disponível em:
<http://www.pasosonline.org/Publicados/2104/PS040104.pdf>. Acessado em dezembro de 2011.

RIBEIRO, M. de L. **Folclore – Biblioteca educação é cultura**. Rio de Janeiro, Bloch: FENAME, 1980.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo – razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2002. 384p.

SERRANO, C.; BRUHNS, H. **Viagens á Natureza**. São Paulo: Papirus, 1997.

TYLOR, E. B. **Primitive Culture**. London: Jonh Murray, 1967 [1871]. Disponível em: <www.abrasp.com.br>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<www.curitiba.pr.gov.br>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.gazetadopovo.com.br>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<www.googleearth.com>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.mapalin.uol.com.br>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.parana.gov.br>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.paranagua.com.br>. Acessado de junho a setembro de 2007.

Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituiçao.htm>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.projetomemoria.art.br/PedroAlvaresCabral/docs/cartapero.doc>. Acessado em dezembro de 2011.

Disponível em:
<http://www.web.presidencia.gov.com>. Acessado em dezembro de 2011.

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

EMPREENDEDORISMO

Nome

Endereço

Telefone

Email

Anotações

EMPREENDEDORISMO

Érica Dias de Paula Santana e Ximena Novais de Morais

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ
Reitor
Prof. Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação
Silvestre Labiak Junior

Organização
Marcos José Barros
Cristiane Ribeiro da Silva

Projeto Gráfico e Diagramação
Leonardo Bettinelli

Introdução

Certamente você já ouviu falar sobre empreendedorismo, mas será que você sabe exatamente o que significa essa palavra, será que você possui as características necessárias para tornar-se um empreendedor? Esse material busca responder essas e outras perguntas a respeito desse tema que pode fazer a diferença na sua vida!

No dia 29 de dezembro de 2008 foi promulgada a Lei nº 11.892 que cria a Rede Federal de Ciência e Tecnologia. Uma das instituições que compõe essa rede é o Instituto Federal do Paraná, criado a partir da escola técnica da Universidade Federal do Paraná. Você deve estar se perguntando "O que isso tem a ver com o empreendedorismo?", não é mesmo? Pois tem uma relação intrínseca: uma das finalidades desses instituições federais de ensino é estimular o empreendedorismo e o cooperativismo.

E como o IFPR vai estimular o empreendedorismo e o cooperativismo? Entendemos que a promoção e o incentivo ao empreendedorismo deve ser tratado com dinamismo e versatilidade, ou seja, esse é um trabalho que não pode estagnar nunca. Uma das nossas ações, por exemplo, é a inserção da disciplina de empreendedorismo no currículo dos cursos técnicos integrados e subsequentes, onde os alunos tem a oportunidade de aprender conceitos básicos sobre empreendedorismo e os primeiros passos necessários para dar início a um empreendimento na área pessoal, social ou no mercado privado.

Neste material, que servirá como apoio para a disciplina de empreendedorismo e para cursos ministrados pelo IFPR por programas federais foi desenvolvida de forma didática e divertida. Aqui vamos acompanhar a vida da família Bonfim, uma família como qualquer outra que já conhecemos! Apesar de ser composta por pessoas com características muito diversas entre si, os membros dessa família possuem algo em comum: todos estão prestes a iniciar um empreendimento diferente em suas vidas. Vamos acompanhar suas dúvidas, dificuldades e anseios na estruturação de seus projetos e através deles buscaremos salientar questões bastante comuns relacionadas ao tema de empreendedorismo.

As dúvidas desta família podem ser suas dúvidas também, temos certeza que você vai se

identificar com algum integrante! Embarque nessa conosco, vamos conhecer um pouco mais sobre a família Bonfim e sobre empreendedorismo, tema esse cada vez mais presente na vida dos brasileiros!

Anotações

Sumário

HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO....7
TRAÇANDO O PERFIL EMPREENDEDOR....8
PLANEJANDO E IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES....12
ANÁLISE DE MERCADO....14
PLANO DE MARKETING....15
PLANO OPERACIONAL....17
PLANO FINANCEIRO....18
EMPREENDEDORISMO SOCIAL OU COMUNITÁRIO....21
INTRAEMPREENDEDORISMO....23
REFERÊNCIAS....25

Anotações

HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO

Antes de apresentá-los a família Bonfim, vamos conhecer um pouco da história do empreendedorismo?

Você deve conhecer uma pessoa extremamente determinada, que depois de enfrentar muitas dificuldades conseguiu alcançar um objetivo. Quando estudamos a história do Brasil e do mundo frequentemente nos deparamos com histórias de superação humana e tecnológica. Pessoas empreendedoras sempre existiram, mas não eram definidas com esse termo.

Os primeiros registros da utilização da palavra empreendedor datam dos séculos XVII e XVIII. O termo era utilizado para definir pessoas que tinham como característica a ousadia e a capacidade de realizar movimentos financeiros com o propósito de estimular o crescimento econômico por intermédio de atitudes criativas.

Joseph Schumpeter, um dos economistas mais importantes do século XX, define o empreendedor como uma pessoas versátil, que possui as habilidades técnicas para produzir e a capacidade de capitalizar ao reunir recursos financeiros, organizar operações internas e realizar vendas.

É notável que o desenvolvimento econômico e social de uma país se dá através de empreendedores. São os empreendedores os indivíduos capazes de identificar e criar oportunidades e transformar ideias criativas em negócios lucrativos e soluções e projetos inovadores para questões sociais e comunitárias.

O movimento empreendedor começou a ganhar força no Brasil durante a abertura de mercado que transcorreu na década de 90. A importação de uma variedade cada vez maior de produtos provocou uma significativa mudança na economia e as empresas brasileiras precisaram se reestruturar para manterem-se competitivas. Com uma série de reformas do Estado, a expansão das empresas brasileiras se acelerou, acarretando o surgimento de novos empreendimentos e trazendo luz à questão da formação do empreendedor.íngua e linguagem e sua importância na leitura e produção de textos do nosso cotidiano.

Perfil dos integrantes da família Bonfim

Felisberto Bonfim: O pai da família, tem 40 anos de idade. Trabalha há 20 anos na mesma empresa, mas sempre teve vontade de investir em algo próprio.

Pedro Bonfim: O filho mais novo tem 15 anos e faz o curso de técnico em informática no IFPR. Altamente integrado às novas tecnologias, não consegue imaginar uma vida desconectada.

Clara Bonfim: A primogênita da família tem 18 anos e desde os 14 trabalha em uma ONG de

seu bairro que trabalha com crianças em risco social. Determinada, não acredita em projetos impossíveis.

Serena Bonfim: Casada desde os 19 anos, dedicou seus últimos anos aos cuidados da casa e da família. Hoje com 38 anos e com os filhos já crescidos, ela quer resgatar antigos sonhos que ficaram adormecidos, como fazer uma faculdade.

Benvinda Bonfim: A vovó da família tem 60 anos de idade e é famosa por cozinhar muito bem e por sua hospitalidade.

Todos moram juntos em uma cidade na região metropolitana de Curitiba.

TRAÇANDO O PERFIL EMPREENDEDOR

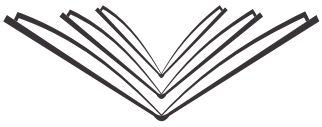
Muitas pessoas acreditam que é preciso nascer com características específicas para ser um empreendedor, mas isso não é verdade, essas características podem ser estimuladas e desenvolvidas.

O sr. Felisberto Bonfim é uma pessoa dedicada ao trabalho e a família e que embora esteja satisfeito com a vida que leva nunca deixou para trás o sonho de abrir o próprio negócio. Há 20 anos atuando em uma única empresa, há quem considere não haver mais tempo para dar um novo rumo à vida. Ele não pensa assim, ele acredita que é possível sim começar algo novo, ainda que tenha receio de não possuir as características necessárias para empreender. Você concorda com ele, você acha que ainda há tempo para ele começar?

Responda as questões abaixo. Elas servirão como um instrumento de autoanálise e a partir das questões procure notar se você tem refletido sobre seus projetos de vida. Se sim, eles estão bem delineados? O que você considera que está faltando para alcançar seus objetivos? Preste atenção nas suas respostas e procure também identificar quais características pessoais você possui que podem ser utilizadas para seu projeto empreendedor e quais delas podem ser aprimoradas:

a) Como você se imagina daqui há 10 anos?

_____



b) Em que condições você gostaria de estar daqui há 10 anos?

c) Quais pontos fortes você acredita que tem?

d) Quais pontos fortes seus amigos e familiares afirmam que você tem? Você concorda com eles?

e) Para você, quais seus pontos precisam ser melhor trabalhados

f) Na sua opinião, você poderia fazer algo para melhorar ainda mais seus pontos fortes? Como?

g) Você acha que está tomando as atitudes necessárias para atingir seus objetivos?

_____

_____

_____

_____

_____

h) O que você acha imprescindível para ter sucesso nos seus objetivos?

_____

_____

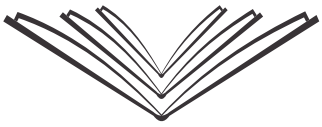
_____

_____

_____

A ousadia é uma característica extremamente importante para quem pretende iniciar um projeto empreendedor - é necessário estar disposto a correr riscos e buscar novas alternativas, mesmo se outras pessoas disserem que não vai dar certo (o que provavelmente sempre ocorrerá em algum momento da trajetória). Isso nos leva a uma outra característica muito importante para um empreendedor, ele precisa ser positivo e confiante, ou seja, precisa acreditar em si e não se deixar abalar pelos comentários negativos. Um empreendedor precisa ser criativo e inovador, precisa estar antenado ao que está acontecendo no mundo e estar atento às necessidades do mercado e da comunidade, precisa ser organizado e manter o foco dos seus objetivos.

Você já ouviu falar do pipoqueiro Valdir? Valdir Novaki tem 41 e nasceu em São Mateus do Sul-PR, é casado e tem 1 filho. Durante a adolescência trabalhou como boia fria. Mora em Curitiba desde 98 e durante muito tempo trabalhou com atendimento ao público em lanchonete e bancas de jornal. Parece uma história corriqueira, mas o que Valdir tem de tão especial? Valdir conquistou a oportunidade de vender pipoca em carrinho no centro da cidade de Curitiba, mas decidiu que não seria um pipoqueiro qualquer, queria ser o melhor. Em seu carrinho ele mantem uma série de atitudes que o diferenciam dos demais. Além de ser é extremamente cuidadoso com a higiene do carrinho, Valdir preocupa-se com a higiene do cliente também, oferecendo álcool gel 70% para que o cliente higienize suas mão antes de comer a pipoca e junto com a pipoca entrega um kit higiene contendo um palito de dentes, uma bala e um guardanapo. Ele também possui um cartão fidelidade, onde o cliente depois de comprar cinco pipocas no carrinho ganha outro de graça. Pequenas atitudes destacaram esse pipoqueiro e hoje, além de possuir uma clientela fiel, faz uma série de palestras por todo o país, sendo reconhecido como um empreendedor de sucesso. A simpatia com que atende a seus clientes faz toda a diferença, as pessoas gostam de receber um tratamento especial.



Conheça mais sobre o pipoqueiro Valdir em:

<http://www.youtube.com/watch?v=vsAJHv11GLc>.

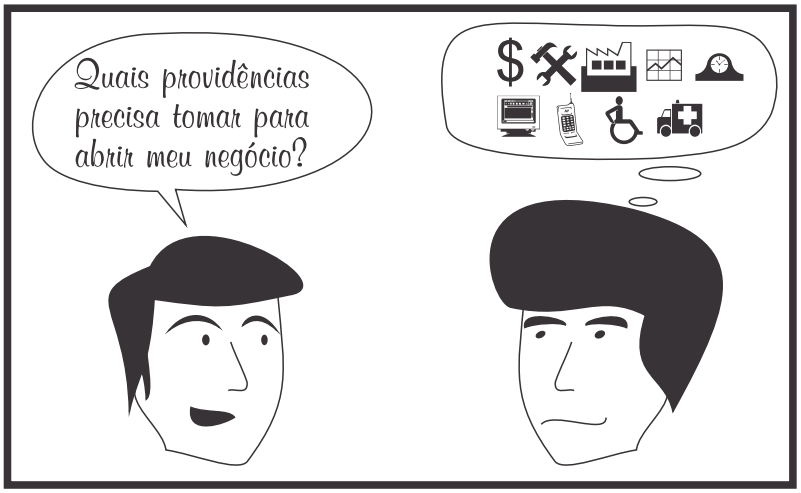
Há quem julgue que o papel que ocupam profissionalmente é muito insignificante, mas não é verdade, basta criatividade e vontade de fazer o melhor. Toda atividade tem sua importância! Falando em criatividade, vamos estimulá-la um pouco?

1) Já pensou em procurar novas utilidades para os objetos do dia a dia? Como assim? Pense em algum material que você utiliza em seu trabalho ou em casa e em como você poderia utilizá-lo para outra finalidade diferente da sua original. Lembre-se que nem sempre dispomos de todos os instrumentos necessários para realizar uma determinada atividade. Nesses momentos precisamos fazer da criatividade nossa maior aliada para realizar as adaptações necessárias para alcançar o êxito em nossas ações!
2) Agora vamos fazer ao contrário, pense em uma atividade do seu dia que você não gosta ou tem dificuldade de fazer. Pensou? Então imagine uma alternativa para torná-la fácil e rápida, pode ser mesmo uma nova invenção!

E aí? Viu como a imaginação pode ser estimulada? Habitue-se a fazer as mesmas coisas de formas diferentes: fazer novos caminhos para chegar ao mesmo lugar, conversar com pessoas diferentes e dar um novo tom a sua rotina são formas de estimular o cérebro a encontrar soluções criativas. Como vimos, a inovação e a criatividade é extremamente importante para um empreendedor, por isso nunca deixe de estimular seu cérebro! Leia bastante, faça pesquisas na área que você pretende investir e procure enxergar o mundo ao redor com um olhar diferenciado!

Refletindo muito sobre a possibilidade de abrir seu próprio negócio, o pai da família procurou em primeiro lugar realizar uma autoanálise. Consciente de seus pontos fortes e fracos, ele agora se sente mais seguro para dar o próximo passo: planeja. Antes de tomar alguma decisão importante em sua vida, siga o exemplo do sr. Felisberto!

PLANEJANDO E IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES



Planejar é palavra de ordem em todos os aspectos de nossa vida, você concorda? Quando queremos fazer uma viagem, comprar uma casa ou um carro, se não realizarmos um planejamento adequado certamente corremos o risco de perder tempo e dinheiro ou, ainda pior, sequer poderemos alcançar nosso objetivo.

Para começar um empreendimento não é diferente, é necessário definir claramente nossos objetivos e traçar os passos necessários para alcançá-los. Para operacionalizar a etapa de planejamento, o Plano de Negócios é uma ferramenta obrigatória.

O plano de negócios caracteriza-se como uma ferramenta empresarial que objetiva averiguar a viabilidade de implantação de uma nova empresa. Depois de pronto, o empreendedor será capaz de dimensionar a viabilidade ou não do investimento. O plano de negócios é instrumento fundamental para quem tem intenção de começar um novo empreendimento, é ele que vai conter todas as informações importantes relativas a todos os aspectos do empreendimento.

Vamos acompanhar mais detalhadamente os fatores que compõem um Plano de Negócios.

Elaboração de um Plano de Negócio

1. Sumário executivo

É um resumo contendo os pontos mais importantes do Plano de Negócio, não deve ser extenso e muito embora apareça como primeiro item do Plano ele deve ser escrito por último. Nele você deve colocar informações como:

Definição do negócio

O que é o negócio, seus principais produtos e serviços, público-alvo, previsão de faturamento, localização da empresa e outros aspectos que achar importante para garantir a

viabilidade do negócio.

Dados do empreendedor e do empreendimento

Aqui você deve colocar seus dados pessoais e de sua empresa tal como nome, endereço, contatos. Também deverá constar sua experiência profissional e suas características pessoais, permitindo que quem leia seu Plano de Negócios, como um gerente de banco para o qual você pediu empréstimo, por exemplo, possa avaliar se você terá condições de encaminhar seu negócio de maneira eficiente.

Missão da empresa

A missão deve ser definida em uma ou no máximo duas frases e deve definir o papel desempenhado pela sua empresa.

Setor em que a empresa atuará

Você deverá definir em qual setor de produção sua empresa atuará: indústria, comércio, prestação de serviços, agroindústria etc..

Forma Jurídica

Você deve explicitar a forma como sua empresa irá se constituir formalmente. Uma microempresa, por exemplo, é uma forma jurídica diversa de uma empresa de pequeno porte.

Enquadramento tributário

É necessário realizar um estudo para descobrir qual a melhor opção para o recolhimento dos impostos nos âmbitos Municipal, Estadual e Federal.

Capital Social

O capital social é constituído pelos recursos (financeiros, materiais e imateriais) disponibilizados pelos sócios para constituição da empresa. É importante também descrever qual a fonte de recursos

DICA: Tenha muito cuidado na hora de escolher seus sócios, é essencial que eles tenham os mesmos objetivos e a mesma disponibilidade que você para se dedicar ao negócio, se vocês não estiverem bastante afinados há um risco muito grande de enfrentarem sérios problemas na consecução do empreendimento.

Diferencial: saliente o diferencial do seu produto ou serviço, ou seja, por qual razão os consumidores irão escolher você ao invés de outro produto ou serviço.

ANÁLISE DE MERCADO

Clientes

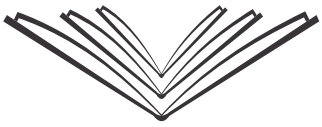
Esse aspecto do seu Plano de Negócio é extremamente importantes, afinal é nele que será definindo quais são os seus clientes e como eles serão atraídos. Comece identificando-os:

- Quem são?
- Idade?
- Homens, mulheres, famílias, crianças?
- Nível de instrução?

Ou ainda, se forem pessoas jurídicas:

- Em que ramo atuam?
- Porte?
- Há quanto tempo atuam no mercado?

É importante que você identifique os hábitos, preferências e necessidades de seus clientes a fim de estar pronto para atendê-los plenamente e para que eles possam tê-lo como primeira opção na hora de procurar o produto/serviço que você oferece. Faça um levantamento sobre quais aspectos seus possíveis clientes valorizam na hora de escolher um produto/serviço, isso vai ser importante para você fazer as escolhas corretas no âmbito do seu empreendimento. Saber onde eles estão também é importante, estar próximo a seus clientes vai facilitar muitos aspectos.



Concorrentes

Conhecer seus concorrentes, isto é, as empresas que atuam no mesmo ramo que a sua, é muito importante porque vai te oferecer uma perspectiva mais ampla e realista de como encaminhar seu negócio. Analisar o atendimento, a qualidade dos materiais utilizados, as facilidades de pagamento e garantias oferecidas, irão ajudá-lo a responder algumas perguntas importantes: Você tem condições de competir com tudo o que é oferecido pelos seus concorrentes? Qual vai ser o seu diferencial? As pessoas deixariam de ir comprar em outros lugares para comprar no seu estabelecimento? Por quê? Em caso negativo, por que não?

Mas não esqueça de um aspecto muito importante: seus concorrentes devem ser visto como fator favorável, afinal eles servirão como parâmetro para sua atividade e podem até mesmo tornar-se parceiros na busca da melhoria da qualidade dos serviços e produtos ofertados.

Fornecedores

Liste todos os insumos que você utilizará em seu negócio e busque fornecedores. Para cada tipo de produto, pesquise pelo menos três empresas diferentes. Faça pesquisas na internet, telefonemas e, se possível, visite pessoalmente seus fornecedores. Certifique-se de que cada fornecedor será capaz de fornecer o material na quantidade e no prazo que você precisa, analise as formas de pagamento e veja se elas serão interessantes para você. Mesmo após a escolha um fornecedor é importante ter uma segunda opção, um fornecedor com o qual você manterá contato e comprará ocasionalmente, pois no caso de acontecer algum problema com seu principal fornecedor, você poderá contar com uma segunda alternativa. Lembre-se, seus fornecedores também são seus parceiros, manter uma relação de confiança e respeito com eles é muito importante. Evite intermediários sempre que possível, o ideal é comprar direto do produtor ou da indústria, isso facilita, acelera e barateia o processo.

PLANO DE MARKETING

Descrição

Aqui você deve descrever seus produto/serviço. Especifique tamanhos, cores, sabores, embalagens, marcas entre outros pontos relevantes. Faça uma apresentação de seu produto/serviço de maneira que possa se tornar atraente ao seu cliente. Verifique se há exigências oficiais a serem atendidas para fornecimento do seu produto/serviço e certifique-se que

segue todas as orientações corretamente.

Preço

Para determinar o preço do seu produto/serviço você precisa considerar o custo TOTAL para produzi-lo e ainda o seu lucro. É preciso saber quanto o cliente está disposto a pagar pelo seu produto/serviço verificando quanto ele está pagando em outros lugares e se ele estaria disposto a pagar a mais pelo seu diferencial.

Divulgação

É essencial que você seja conhecido, que seus clientes em potencial saibam onde você está e o que está fazendo, por isso invista em mídias de divulgação. Considere catálogos, panfletos, feiras, revistas especializadas, internet (muito importante) e propagandas em rádio e TV, analise e veja qual veículo melhor se encaixa na sua necessidade e nos seus recursos financeiros.

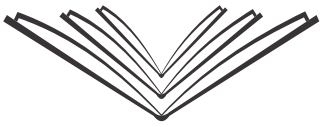
Estrutura de comercialização

Como seus produtos chegarão até seus clientes? Qual a forma de envio? Não se esqueça de indicar os canais de distribuição e alcance dos seus produtos/serviços. Você pode considerar representantes, vendedores internos ou externos, por exemplo. Independente de sua escolha esteja bastante consciente dos aspectos trabalhistas envolvidos. Utilizar instrumentos como o telemarketing e vendas pela internet também devem ser considerados e podem se mostrar bastante eficientes.

Localização

A localização do seu negócio está diretamente ligada ao ramo de atividades escolhido para atuar. O local deve ser de fácil acesso aos seus clientes caso a visita deles no local seja necessária. É importante saber se o local permite o seu ramo de atividade. Considere todos os aspectos das instalações, se é de fácil acesso e se trará algum tipo de impeditivo para o desenvolvimento da sua atividade.

Caso já possua um local disponível, verifique se a atividade escolhida é adequada para ele, não corra o risco de iniciar um negócio em um local inapropriado apenas porque ele está disponível. Se for alugar o espaço, certifique-se de é possível desenvolver sua atividade nesse



local e fique atento a todas as cláusulas do contrato de aluguel.

PLANO OPERACIONAL

Layout

A distribuição dos setores da sua empresa de formas organizada e inteligente vai permitir que você tenha maior rentabilidade e menor desperdício. A disposição dos elementos vai depender do tamanho de seu empreendimento e do ramo de atividade exercido. Caso seja necessário você pode contratar um especialista para ajudá-lo nessa tarefa, mas se não for possível, por conta própria procure esquematizar a melhor maneira de dispor os elementos dentro de sua empresa. Pesquise se o seu ramo e atividade exige regulamentações oficiais sobre layout, preocupe-se com segurança e com a acessibilidade a portadores de deficiência.

Capacidade Produtiva

É importante estimar qual é sua capacidade de produção para não correr o risco de assumir compromissos que não possa cumprir - lembre-se que é necessário estabelecer uma relação de confiança entre você e seu cliente. Quando decidir aumentar a capacidade de produção tenha certeza que isso não afetará a qualidade do seu produto/serviço.

Processos Operacionais

Registre detalhadamente todas as etapas de produção desde a chegada do pedido do cliente até a entrega do produto/serviço. É importante saber o que é necessário em cada uma delas, quem será o responsável e qual a etapa seguinte.

Necessidade de Pessoal

Faça uma projeção do pessoal necessário para execução do seu trabalho, quais serão as formas de contratação e os aspectos trabalhistas envolvidos. É importante estar atento à qualificação dos profissionais, por isso verifique se será necessário investir em cursos de capacitação.

PLANO FINANCEIRO

Investimento total

Aqui você determinará o valor total de recurso a ser investido. O investimento total será formado pelos investimentos fixos, Capital de giro e Investimentos pré-operacionais.

Agora que você tem uma noção básica de como compor um plano de negócios acesse a página <http://www.planodenegocios.com.br/www/index.php/plano-de-negocios/outros-exemplos> e encontre mais informações sobre como elaborar o planejamento financeiro de seu Plano de Negócio, além de outras informações importantes. Lá você encontrará exemplos de todas as etapas de um Plano de Negócio.

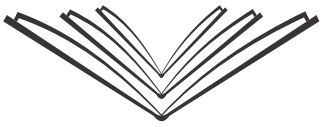
Faça pesquisas em outros endereços eletrônicos e se preciso, busque o apoio de consultorias especializadas. O sucesso do seu projeto irá depender do seu empenho em buscar novos conhecimentos e das parcerias conquistadas para desenvolvê-lo.

Pesquise também por fontes de financiamento em instituições financeiras, buscando sempre a alternativa que melhor se adequará as suas necessidades. Não tenha pressa, estude bastante antes de concluir seu plano de negócio. É importante conhecer todos os aspectos do ramo de atividade que você escolher, valorize sua experiência e suas características pessoais positivas. Lembre-se que o retorno pode demorar algum tempo, certifique-se que você terá condições de manter o negócio até que ele dê o retorno planejado. Separe despesas pessoais de despesas da empresa. Busque sempre estar atualizado, participe de grupos e feiras correlatas à sua área de atuação.

Planejar para clarear!

Após buscar auxílio especializada e estudar sobre o assunto, o pai concluiu seu plano de negócios. A partir dele pôde visualizar com clareza que tem em mãos um projeto viável e até conseguiu uma fonte de financiamento adequada a sua realidade. Com o valor do financiamento investirá na estrutura de seu empreendimento que será lançado em breve.

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL



Será mesmo que a dona Benvinda não tem capacidade para empreender?

Vamos analisar a situação: a vovó é muito conhecida no seu bairro e é admirada pela sua simpatia. Seus quitutes são conhecidos por todos e não é a primeira vez que alguém sugere que ela comece a vendê-los. À primeira vista, o cenário parece ser favorável para que ela inicie seu empreendimento: ela tem uma provável clientela interessada e que confia e anseia por seus serviços.

Ao conversar com a família, é incentivada por todos. Com a ajuda dos seus netos, a vovó vai atrás de informações e descobre que se enquadra nos requisitos para ser registrada como microempreendedora individual.

Você conhece os requisitos para se tornar um microempreendedor individual?

A Lei Complementar 128/2008 criou a figura do Microempreendedor Individual – MEI, com vigência a partir de 01.07.2009. É uma possibilidade de profissionais que atuam por conta própria terem seu trabalho legalizado e passem a atuar como pequenos empresários.

Para se enquadrar como microempreendedor individual, o valor de faturamento anual do empreendimento deve ser de até 60 mil reais. Não é permitida a inscrição como MEI de pessoa que possua participação como sócio ou titular de alguma empresa.

O MEI possui algumas condições específicas que favorecem a sua legalização. A formalização pode ser feita de forma gratuita no próprio Portal do Empreendedor. O cadastro como MEI possibilita a obtenção imediata do CNPJ e do número de inscrição na Junta Comercial, sem a necessidade de encaminhar quaisquer documentos previamente. Algumas empresas de contabilidade optantes pelo Simples Nacional estão habilitadas a realizar também a formalização.

Custos

Há alguns custos após a formalização. O pagamento dos custos especificados abaixo é feito através do Documento de Arrecadação do Simples Nacional, que pode ser gerado online :

- 5% de salário mínimo vigente para a Previdência.
- Se a atividade for comércio ou indústria, R$ 1,00 fixo por mês para o Estado.
- Se a atividade for prestação de serviços, R$ 5,00 fixos por mês para o Município.

Exemplo de atividades reconhecidas para o registro como MEI:

A dona Benvinda se registrou como doceira. São diversas as atividades profissionais aceitas para o registro como microempreendedor individual. Algumas delas são: Artesão, azulejista, cabeleireiro, jardineiro, motoboy. Para conhecer todas as atividades, acesse o site <http://www.portaldoempreendedor.gov.br>.

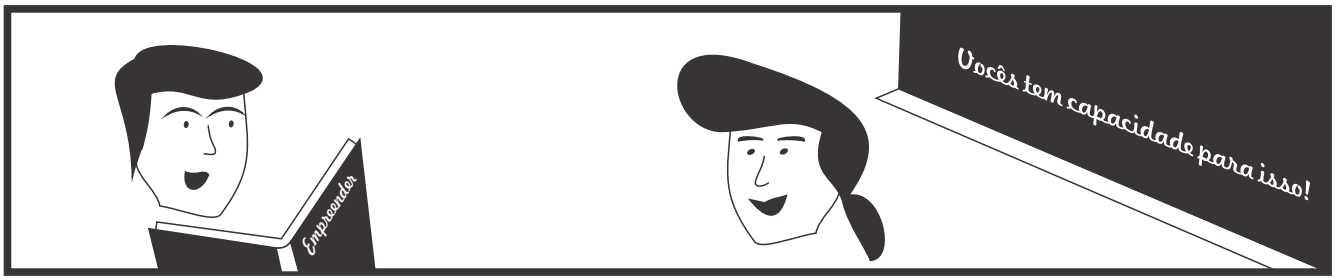
Todos podem empreender!

Hoje a vovó está registrada como microempreendedora individual e aos poucos sua clientela está crescendo. Recentemente ela fez um curso para novos empreendedores e já está com planos de expandir seus serviços nos próximos meses, talvez ela precise até mesmo contratar um ajudante para poder dar conta das encomendas que não param de aumentar.

O microempreendedor individual tem direito a ter um funcionário que receba exclusivamente um salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional a qual pertença.

Atividade Formativa

- Acesse o conteúdo sobre microempreendedor individual no Portal do Empreendedor e discuta com seus colegas sobre o tema.
- Pense em alguém que exerça uma atividade profissional informalmente. Quais vantagens você apontaria para convencer essa pessoa a realizar seu cadastro como Microempreendedor Individual?
- Pesquise sobre linhas de crédito e incentivo específicas para microempreendedores individuais no Brasil.



Muitas pessoas acreditam que características empreendedoras já vem de berço: ou se nasce com elas ou não há nada a ser feito. Pois saiba que é possível através de uma educação voltada para o empreendedorismo desenvolver características necessárias para o início de um empreendimento. Esse empreendimento não precisa ser necessariamente um negócio com

fins lucrativos, pode ser um um objetivo pessoal, um sonho em qualquer área da sua vida.

A pedagogia empreendedora de Fernando Dolabela afirma que a educação tradicional a qual somos submetidos nos reprime e faz com que percamos características importantes no decorrer de nossa trajetória, levando muitas pessoas a crer que não são capazes de empreender. Sua proposta de educação busca romper com esse pensamento e inserir no sistema educacional aspectos que priorizem a criatividade e a autoconfiança para que quando estas crianças atingirem a idade adulta possam enxergar a possibilidade de abrir um negócio como uma alternativa viável.

Não podemos esquecer que é empreendedor, em qualquer área, alguém que tenha sonhos e busque de alguma forma transformar seu sonho em realidade. O sonho pode ser abrir um negócio, fazer um curso, aprender uma língua ou mudar a realidade social em que vive. É inegável que para realizar qualquer um desse itens é essencial estar comprometido com o trabalho, ser ousado e estar disposto a enfrentar desafios.

O empreendedorismo pode ser aprendido e está relacionado mais a fatores culturais do que pessoais e consiste em ser capaz de cultivar e manter uma postura e atitudes empreendedoras.

O Pedro está tendo seu primeiro contato com o empreendedorismo na sala de aula e eles e seus amigos já estão cheio de ideias. Eles planejam usar os conhecimentos adquiridos na disciplina e escrever um projeto para dar início a uma empresa júnior na área de informática.

Inspire-se

Certamente você já deve ter ouvido falar da Cacau Show, mas você conhece a história dessa marca? Você sabia que ela nasceu do sonho de um rapaz que vendia chocolates de porta em porta em um fusca? Não? Então leia mais em:

<http://www.endeavor.org.br/endeavor_tv/start-up/day1/aprendendo-a-ser-empreendedor/empreendedorismo-em-todos-os-sentidos> e inspire-se!

EMPREENDEDORISMO SOCIAL OU COMUNITÁRIO

Educação empreendedora

O empreendedor é aquele que tem como objetivo maior o lucro financeiro a partir

de um empreendimento, correto? Não necessariamente! O objetivo maior do empreendedor social ou comunitário pode ser desde o desenvolvimento social de uma comunidade inteira à luta pela preservação de uma reserva ambiental.

Vejamos o exemplo da Clara. Desde a sua adolescência ela atua em uma organização não-governamental que lida com crianças carentes, dando ênfase na emancipação social dessas crianças através da arte, de esportes e da educação. O projeto, que começou com uma pequena dimensão, hoje atende não apenas seu bairro, como três outros próximos. É importante lembrar que o sucesso do projeto dependeu de sujeitos empreendedores, que se comprometeram com a causa e, com criatividade e competência foram capazes de expandir o projeto. Agora com o apoio da Clara e com o espírito empreendedor de mais um grupo, uma nova cidade será atendida pelo projeto e novas crianças serão beneficiadas!

Vamos conhecer mais sobre empreendimentos sociais e comunitários?

Empreendedorismo Social

O empreendedorismo social ultrapassa a noção de mera filantropia - há espaço aqui para metas, inovação e planejamento. Muitas organizações não governamentais tem uma estrutura semelhante a qualquer empresa com fins lucrativos.

A Pastoral da Criança é um exemplo de um empreendimento social de sucesso. Sua fundadora, a Drª Zilda Arns, aliou sua experiência profissional como médica pediatra e sanitarista e sua própria sensibilidade para identificar um método simples e eficaz para combater a mortalidade infantil. Qual foi o ponto inovador do trabalho assumido pela Pastoral da Criança? Foi confiar às comunidades afetadas pelo problema de mortalidade infantil o papel de multiplicadores do saber e de disseminadores da solidariedade.

Empreendedorismo Comunitário

O empreendedorismo comunitário consiste no movimento de organização de grupos e pessoas com o propósito de alcançar um objetivo comum, fortalecendo uma atividade que, se realizada individualmente, não seria capaz de alcançar a projeção adequada no mercado. No Brasil, a economia solidária ascendeu no final do século XX, em reação à exclusão social sofrida pelos pequenos produtores e prestadores de serviço que não tinham condições de concorrer com grandes organizações.

Imagine um pequeno produtor de leite em uma região onde atua um grande produtor de leite. Sozinho, ele não tem condições de concorrer com o grande produtor no mercado ou

receber financiamentos para expandir sua produção, por exemplo. Ao se aliar com outros pequenos produtores, o negócio adquire uma nova dimensão, onde são favorecidos não apenas os produtores, que agora tem condições de levar seu produto ao mercado com segurança e em nível de igualdade com o outro produtor, mas também todo o arranjo produtivo daquela região.

Em 2003 foi criada pelo Governo Federal a Secretaria Nacional de Economia Solidária, que tem a finalidade de fortalecer e divulgar as ações de economia solidária no país, favorecendo a geração de trabalho, renda e inclusão social.

Atividade Formativa

- Dê um exemplo de uma organização não-governamental. Que trabalho essa organização realiza? Você acredita que os gestores dessa ONG são empreendedores? Por quê?
- Identifique em seu bairro ou cidade uma carência que não foi suprida pelo setor público ou um trabalho exercido informalmente por algumas pessoas que possa ser fortalecido através da formação de uma estrutura de cooperativismo. Proponha uma ação que você acredita que possa transformar a realidade desse grupo.
- Você já ouviu falar em sustentabilidade? Dê um exemplo de uma ação sustentável que você já adota ou que possa ser adotada no seu dia a dia e como essa ação pode afetar positivamente o meio em que você vive.

INTRAEMPREENDEDORISMO

A srª Serena Bonfim há muito tempo mantém o sonho de fazer uma faculdade. Depois de tantos anos dedicados à família, ela está certa que está na hora de investir mais em si mesma. Além disso, com seu marido prestes a abrir uma empresa, ela está disposta a usar os conhecimentos adquiridos na graduação para trabalhar diretamente no novo empreendimento e contribuir com seu desenvolvimento.

Você pode estar pensando: " E se eu não quiser abrir um negócio, e se eu não quiser ser

um empresário?". Abrir uma empresa é apenas uma alternativa, caso você não tenha intenção de ter seu próprio negócio você ainda pode ser um empreendedor.

O intraempreendedorismo é quando o empreendedorismo acontece no interior de uma organização, é quando alguém mesmo não sendo dono ou sócio do negócio mantém uma postura empreendedora dando sugestões e tendo atitudes que ajudam a empresa a encontrar soluções inteligentes. Intra empreendedores são profissionais que possuem uma capacidade diferenciada de analisar cenários, criar ideias, inovar e buscar novas oportunidades para as empresas e assim ajudam a movimentar a criação de ideias dentro das organizações, mesmo que de maneira indireta. São profissionais dispostos a se desenvolver em prol da qualidade do seu trabalho.

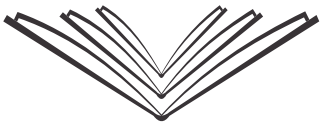
A cada dia as empresa preocupam-se mais em contratar colaboradores dispostos a oferecer um diferencial, pessoas dedicadas que realmente estejam comprometidas com o bom andamento da empresa. Esse comportamento não traz vantagens somente para a empresa, mas os funcionários também se beneficiam, na participação dos lucros, por exemplo, vantagens adicionais que as empresas oferecem a fim de manter o funcionário e, principalmente, na perspectiva de construção de uma carreira sólida e produtiva.

A capacitação contínua, o desenvolvimento da criatividade e da ousadia são características presentes na vida de um intraempreendedor.

- Vamos analisar se você tem características de um intraempreendedor?
- Você gosta do seu trabalho e do ambiente em que trabalha?
- Você está sempre atento às novas ideias?
- Você gosta de correr riscos e ousar novas ideias?
- Você procura soluções em locais incomuns?
- Você é persistente e dedicado?
- Você mantém ações proativas?
- Você busca fazer novas capacitações regularmente?

Caso você não tenha ficado suficientemente satisfeito com as respostas a estas perguntas, utilize o espaço abaixo para listar atitudes que podem ajudá-lo a ser um funcionário intraempreendedor.

O que fazer?	Como fazer?	Quando fazer?



Conclusão

Muitos acreditam que para ser empreendedor é necessário possuir um tipo de vocação que se manifesta somente para alguns predestinados, mas ao acompanhar a trajetória da família Bonfim, podemos notar que o sonho de empreender está ao alcance de todos nós. Como qualquer sonho, esse também exige planejamento e dedicação para que seja concretizado com sucesso.

Agora que você aprendeu os princípios básicos do empreendedorismo, que tal fazer como os membros da família Bonfim e investir nos seus sonhos?

REFERÊNCIAS

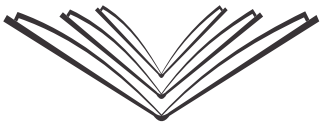
<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>.
<http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies.asp>.
<http://www.pastoraldacrianca.org.br>.
<http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/cog/v14n1/v14n1a05.pdf>.
<http://www.sobreadministracao.com/intraempreendedorismo-guia-completo>.
<http://www.hsm.com.br/editorias/inovacao/intraempreendedorismo-voce-ja-fez-algo-diferente-hoje>.
<http://www.captaprojetos.com.br/artigos/ResenhaFDsite.pdf>.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elselvier, 2008. 3ª edição revista e atualizada.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Rio de Janeiro: Sebrae, 2007.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

Anotações



Anotações

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

PLANO DE AÇÃO PROFISSIONAL

PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ

Reitor
Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação
Silvestre Labiak Junior

Organização
Jeyza da Piedade de Campos Pinheiro
Marcos José Barros

Revisão Ortográfica
Rodrigo Sobrinho

Projeto Gráfico e Diagramação
Leonardo Bettinelli

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

Nome

Endereço

Telefone

Email

Anotações

Caro (a) estudante,

O Plano de Ação Individual – PAI será elaborado por você durante sua qualificação profissional nos cursos FIC (Formação Inicial e Continuada) do PRONATEC – IFPR. O destino desta viagem é apresentado por meio de um roteiro que o ajudará a lembrar e a organizar informações sobre suas experiências de trabalho e de seus familiares e a planejar a continuidade de seus estudos, incluindo sua formação escolar e seus planos profissionais.

O PAI é um instrumento que integra os conteúdos dos cursos FIC, devendo ser alimentado com suas ideias, pesquisas, experiências de trabalho e escolhas pessoais, com o objetivo de orientar e organizar sua trajetória acadêmica.

No decorrer do curso você desenvolverá atividades coletivas e individuais com a orientação do professor em sala de aula, e fará o registro destas informações, resultados de pesquisas e reflexões do seu cotidiano de forma sistematizada nas fichas que compõem o Plano. Toda a equipe pedagógica e administrativa contribuirá com você, orientando-o e ajudando-o a sistematizar estes dados. O preenchimento deste instrumento por você, será um referencial na sua formação e na construção do seu conhecimento, no processo de ensino-aprendizagem.

Bom estudo!

Anotações

Anotações

Sumário

Ficha 1: Iniciando minha viagem pelo Curso de Formação Inicial e continuada – FIC (IFPR/PRONATEC) 10
Ficha 2: Quem sou? 11
Ficha 3: O que eu já sei? 12
Ficha 4: Minha trajetória profissional.....13
Ficha 5: O que ficou desta etapa do curso?.....14
Ficha 6: Resgate histórico da vida profissional da minha família.....15
Ficha 7: Comparando as gerações. 16
Ficha 8: Refletindo sobre minhas escolhas profissionais.....17
Ficha 9: Pesquisando sobre outras ocupações do Eixo Tecnológico do curso que estou matriculado no IFPR/PRONATEC. 18
Ficha 10: Pesquisando as oportunidades de trabalho no cenário profissional. 19
Ficha 11: O que ficou desta etapa do curso?.....20
Ficha 12: Vamos aprender mais sobre associação de classe. 21
Ficha 13: O que ficou desta etapa do curso?.....22
Ficha 14: O que eu quero? (hoje eu penso que...).....23
Ficha 15: O que ficou desta etapa do curso?.....24
Ficha 16: Planejando minha qualificação profissional.....25
Ficha 17: O que ficou desta etapa do curso?.....26
Ficha 18: Momento de avaliar como foi o curso ofertado pelo IFPR/PRONATEC.....27
Referências bibliográficas 28

Anotações

Ficha 1: Iniciando minha viagem pelo Curso de Formação Inicial e Continuada – FIC (IFPR/PRONATEC).

No quadro abaixo liste o curso de Formação Inicial e Continuada – FIC, em que você está matriculado no IFPR e as possíveis áreas de atuação. Solicite ajuda ao seu (ua) professor (a) para o preenchimento:

Curso	Programa que oferta	Eixo tecnológico	Demandante	Áreas de atuação

O que você espera deste curso FIC? Utilize o espaço abaixo para descrever suas expectativas através de um texto breve.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Ficha 2: Quem sou?

1 – Meu perfil

Nome:

_____

Quem eu sou? (você poderá escrever ou desenhar se preferir. Por exemplo: o que você gosta de fazer, o que gosta de comer, como você se diverte?)

_____

_____

_____

2 – Documentação (Preencha as informações abaixo e, com a ajuda do (a) Professor (a), descubra a importância destes documentos para sua vida, enquanto cidadão)

Identidade/Registro Geral _____

CPF _____

Carteira de trabalho _____

PIS/PASEPI/NIT_____

Titulo de Eleitor _____

Outros _____

_____

_____

_____

3 – Endereço

Rua/número: _____

Bairro/complemento: _____

Cidade / UF:_____

Ficha 3: O que eu já sei?

1 – Escolaridade

Ensino Fundamental séries iniciais :_____( ) incompleto ( ) completo

Ensino Fundamental séries finais _____( ) incompleto ( ) completo

Ensino Médio: _____( ) incompleto ( ) completo

Graduação: _____( ) incompleto ( ) completo

Especialização _____( ) incompleto ( ) completo

Cursos que já fiz (cite no máximo cinco) _____( ) incompleto ( ) completo

2 – Cursos que já fiz (cite no máximo cinco)

Curso	Instituição	Data do Termino do curso	Carga horária

Ficha 4: Minha trajetória profissional.

Nome da ocupação	Período em que trabalhou	Vínculo de trabalho	Carga horária diária	Remuneração	Como você avalia essas experiências de trabalho
Exemplo: Massagista	01/01/2012 a 31/12/2012	Sem carteira	8 horas	864,50	Aprendi muitas coisas nas rotinas administrativas da empresa
1.					
2.					
3.					

Ficha 5: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 6: Resgate histórico da vida profissional da minha família.

Parentesco	Onde nasceu	Ocupação	Onde reside	Ocupação atual	Função exercida
Exemplo: Pai	Campo largo - PR	Servente de obras	Campo Largo	Pedreiro	Mestre de obra

Neste fichamento é importante você fazer um resgate histórico da sua família identificando em que trabalharam ou trabalham, as pessoas da sua família, comparando a situação inicial e a atual de cada indivíduo, outro ponto, que pode vir a ser analisado são as pessoas com a mesma faixa de idade.

Ficha 7: Comparando as gerações.

Ocupação		Tipo de vinculo de trabalho com o empregador: carteira assinada, contrato determinado, pagamento por tarefa, outros...
Mãe	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	
Pai	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	
Minhas experiências	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	

Você preferir poderá identificar outras pessoas com a mesma faixa etária, conforme o preenchimento da ficha 6.

Ficha 8: Refletindo sobre minhas escolhas profissionais.

Ocupação profissional que você já exerceu	Por quê?
1.	
2.	
3.	
Ocupação profissional que você gostaria de exercer	Por quê?
1.	
2.	
3.	
Ocupação profissional que você não gostaria de exercer	Por quê?
1.	
2.	
3.	

Independente do Eixo Tecnológico e do curso FIC que está cursando, liste 3 ocupações profissionais que você gostaria de exercer e outras 3 ocupações que não gostaria de exercer.

Ficha 9: Pesquisando sobre outras ocupações do Eixo Tecnológico do curso que estou matriculado no IFPR / PRONATEC.

Eixo Tecnológico:_____

Curso: _____Ano letivo:_____

Cursos:	Perfil do profissional (características pessoais, oque faz, onde trabalha, materiais que utiliza)
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Solicite ao professor que ele consulte o Guia de cursos PRONATEC no site: <http://www.ifpr.edu.br/pronatec/consultas>. Você encontrará as características gerais dos cursos, os setores onde será possível exercer seu conhecimentos, bem como, recursos, materiais necessários, requisitos e outros....E com a ajuda do professor e orientação, você poderá realizar entrevistas com profissionais da área, e até visitas técnicas conforme planejamento do professor do curso.

Ficha 10: Pesquisando as oportunidades de trabalho no cenário profissional.

Curso / Ocupação	Onde procurar: empresas, agencias de emprego, sindicato e outros	Endereço (Comercial/Eletrônico/Telefone)	Possibilidades De Empregabilidade (Quantas vagas disponíveis)	Remuneração	Tipo de contrato (Registro em carteira , contrato temporário)
Exemplo: Massagista	1) Empresa: Clinica de Massoterapia J&J	Av. Vereador Toaldo Túlio, nº 47, sala 05 Centro - Campo Largo - PR <http://massoterapiacuritiba.com.br/contato.html>.	1	540,00	Carteira assinada
	2) Posto do Sine	Rua Tijucas do Sul, 1 - Bairro: Corcovado Campo Largo - PR - CEP: 81900080 Regional: centro	0	-	-
	3) Agencias de RH Empregos RH	Rua Saldanha Marinho, 4833 Centro – Campo Largo/PR 80410-151	2	860,00	Sem registro em carteria
	4) Classificados Jornais	<http://www.gazetadopovo.com.br>.	0	-	-

Com a orientação do professor e ajuda dos colegas visite empresas, estabelecimentos comerciais, agências de emprego públicas e privadas, bem como, outros locais onde você possa procurar trabalho e deixar seu currículo.

Ficha 11: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 12: Vamos aprender mais sobre associação de classe.

Sindicato: o que é, o que faz?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Ocupação / Curso	Nome do Sindicato	Endereço
1.		
2.		
3.		
4.		

Com a orientação do professor em sala de aula, pesquise qual (is) o (s) sindicato (s) que representa (m) a (s) ocupação (ões) que você está cursando pelo IFPR / PRONATEC.

Ficha 13: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 14: O que eu quero? Hoje eu penso que...(você poderá escrever, desenhar ou colar gravuras).

Eu quero continuar meus estudos?

Eu quero trabalhar?

Eu quero ser?

Ficha 15: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 16: Planejando minha qualificação profissional.

Ocupação	Instituição	Duração do curso	Horários ofertados	Custo do curso (É gratuito? Se não , quanto vai custar?)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				

Com orientação do professor pesquise sobre instituições públicas ou privadas na sua região que oferecem cursos de qualificação em sua ocupação (ões) ou na (s) área (s) de seu interesse.

Ficha 17: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 18: Momento de avaliar como foi o curso ofertado pelo IFPR / PRONATEC.

O que você trouxe de bom? O que ficou de bom pra você? E o que podemos melhorar?

Referências bibliográficas

Guia de Estudo: **Unidades Formativas I e II Brasília**: Programa Nacional de Inclusão de Jovens – Projovem Urbano, 2012.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. SãoPaulo: Paz e Terra, 1996.

_____. **Pedagogia da tolerância**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

PAIN, S. **Diagnóstico e tratamento dos problemas de aprendizagem**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1986.

WEISS, M. L. L. **Psicopedagogia clínica**: uma visão diagnóstica dos problemas de aprendizagem escolar. 8ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

Anotações

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

AGENTE DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS