

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES

Gabriel Antonio de Oliveira Cardoso

**TURISMÓLOGOS NO OLHO DO FURACÃO: O COTIDIANO DO AGENTE DE
VIAGENS NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19.**

SOROCABA

2023

Gabriel Antonio de Oliveira Cardoso

**TURISMÓLOGOS NO OLHO DO FURACÃO: O COTIDIANO DO AGENTE DE
VIAGENS NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Humanas e Biológicas da Universidade Federal de São Carlos, campus Sorocaba, para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Vanda Aparecida da Silva.

SOROCABA

2023

FICHA CATALOGRÁFICA

de Oliveira Cardoso, Gabriel Antonio

Turismólogos no olho do furacão : O cotidiano do agente de viagens no período da pandemia da covid-19. / Gabriel Antonio de Oliveira Cardoso -- 2023.
60f.

TCC (Graduação) - Universidade Federal de São Carlos, campus Sorocaba, Sorocaba

Orientador (a): Vanda Aparecida Silva

Banca Examinadora: César Alves Ferragi, Maria Helena Barbosa dos Santos

Bibliografia

1. Agente de viagens. 2. Cotidiano. 3. Covid-19. I. de Oliveira Cardoso, Gabriel Antonio. II. Título.

Ficha catalográfica desenvolvida pela Secretaria Geral de Informática (SIn)

DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Bibliotecário responsável: Maria Aparecida de Lourdes Mariano -
CRB/8 6979

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente, sem a menor sombra de dúvidas, minha Tia Avó **Maria do Rosário Prestes de Oliveira** (in memoriam), por ter sido a primeira a ver meu potencial para seguir a área do Turismo, em sua memória concluo esta etapa da minha formação, esperando ser tudo aquilo que ela almejava para mim.

Aos meus pais, **Antonio Marcos e Liliane Aparecida**, que nos últimos vinte e cinco anos de minha vida guiaram meus passos e foram o baluarte de todo meu processo de criação.

A minha avó, **Vera Lucia de Oliveira e Silva**, que como um eterno lembrete de que servir a ciência e a docência requer esforço e amor, me mostrou os caminhos de um futuro dedicado ao trabalho, seja ele qual for.

Aos meus queridos companheiros da caminhada universitária, em especial meus estimados amigos **Thamires Aparecida Fior de Faria, Bruno Alfredo Quadros** e demais colegas do **Turismo 016**.

Aos responsáveis pela minha jornada como Agente de Viagens, **Fernando Abrami, Carolina Tomba, Benedito Carlos Tomba, Suellen Dantas**, que como colegas de trabalho e grandes inspirações, me ensinaram tudo o que eu sei sobre a profissão que move pessoas e o mundo.

A minha estimada Orientadora, Prof. Dra. **Vanda Aparecida Silva**, que com toda paciência, firmeza e constância de uma Antropóloga, me guiou no processo de conclusão do presente trabalho.

Aos Docentes que fizeram parte da minha formação nesses anos de UFSCar, ao seu árduo trabalho em prol da ciência e do desenvolvimento de tantos profissionais de Turismo no Brasil.

A Deus, e toda espiritualidade que me deu forças em períodos onde a esperança se fez o bálsamo necessário para a vida.

*“Do not go gentle, into that good night. Old age should burn and rave at close of day. Rage,
rage against the dying of the light”.*

Interstellar, Christopher Nolan, 2014.

RESUMO

Em 31 de Dezembro de 2019 o cenário mundial registrou o estopim da, até então, maior pandemia do século XXI; identificado pela primeira vez na cidade chinesa de Wuhan, na província de Ubei, China, o vírus da Covid-19 se espalhou em questão de meses pelo mundo todo, mudando drasticamente a nossa forma de viver, e principalmente os rumos do turismo em escala global. Durante todo o processo agudo da pandemia que nos levou ao isolamento social, inúmeras pessoas tiveram que se adaptar a novos formatos de trabalho, como no meu caso; e muitas outras perderam seus empregos. A experiência de viver uma pandemia e ser um graduando em Turismo, trabalhando junto a empresas do ramo também despertou o interesse pelo Agenciamento de Viagens. De vital importância para os consumidores dos serviços de viagem que foram afetados pelos cancelamentos de voos, pacotes de viagens e serviços do tipo, no período pandêmico. Este trabalho de caráter qualitativo traz os relatos de agentes de viagens, incluindo a experiência do próprio pesquisador, aproximando-se de uma autoetnografia, para refletir acerca das experiências, sentimentos, sensações, críticas, medos, anseios e a brusca necessidade de aprender a lidar com problemas enfrentados pelos agentes de viagem, num período de pandemia. Na forma de linha temporal, o texto analisa os processos que foram surgindo e se moldando. A presente pesquisa se compõe como um compilado de relatos que orientam o leitor a entender como um evento aliado a falta de preparo e treinamento e amparo dos profissionais ligados a necessidade do cliente, pode evidenciar a falta da mão de obra técnica qualificada para enfrentar os mais diversos desafios, especialmente em tempos de crise.

Palavras Chave: Agente de Viagens. Turismo. Cotidiano. Covid-19.

ABSTRACT

On December 31, 2019, the world stage registered the trigger of, until then, the biggest pandemic of the 21st century; First identified in the Chinese city of Wuhan, in the province of Ubei, China, the Covid-19 virus spread throughout the world in a matter of months, drastically changing our way of life, and especially the direction of tourism on a global scale . Throughout the acute process of the pandemic that led us to social isolation, countless people had to adapt to new work formats, as in my case; and many others lost their jobs. The experience of living through a pandemic and being a Tourism graduate, working with companies in the field, also aroused interest in Travel Agency. Of vital importance to consumers of travel services who have been affected by cancellations of flights, travel packages and similar services during the pandemic period. This qualitative work brings the reports of travel agents, including the researcher's own experience, approaching an autoethnography, to reflect on the experiences, feelings, sensations, criticisms, fears, anxieties and the sudden need to learn to deal with with problems faced by travel agents, in a pandemic period. In the form of a timeline, the text analyzes the processes that emerged and took shape. This research is composed as a compilation of reports that guide the reader to understand how an event combined with the lack of preparation and training and support of professionals linked to the client's needs, can highlight the lack of qualified technical labor to face the most challenges, especially in times of crisis.

Keywords: Travel agent. Tourism. Daily. Covid-19.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Figura 01: Ilustração produzida pelo autor SANTOS (2017, p.220) baseado na discussão feita por Chang (2008, p. 48) e Snyder (2015).....26.
- Figura 02: Tabela de remarcação de pacotes e passagens aéreas, 2021. Arquivo pessoal.....48.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO DO AUTOR E MOTIVAÇÕES PARA A PESQUISA.....	10
1 INTRODUÇÃO.....	11
2. AUTOENOGRAFIA E METODOLOGIA DE PESQUISA.....	15
3. BREVE CONTEXTO: AGÊNCIAS DE VIAGEM.....	19
3.1. O CASO HURB, A INTERNET E AS AGÊNCIAS DE VIAGEM.....	22
4. PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO NOS SETORES DE TURISMO.....	25
4.1. DAS ENTREVISTAS.....	29
4.2.1 Aprendendo a nadar no mar revolto.....	36
4.2.2. Após a tempestade.....	44
4.2.3 O bom filho à casa torna.....	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS:.....	50
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
ANEXOS.....	57

APRESENTAÇÃO DO AUTOR E MOTIVAÇÕES PARA A PESQUISA

Minha trajetória no turismo começou desde cedo, pois desde pequeno tinha o desejo de “Levar pessoas pra passear”, como eu dizia na intenção de justificar meu desejo de ser motorista de ônibus, afinal, qual o profissional que levava o pequeno Gabriel nas viagens para o litoral? O motorista de ônibus. Decidi ingressar no Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) aos 18 anos, logo após concluir meu ensino médio integrado ao Técnico de Administração pelo Centro Paula Souza, Etec de Piedade.

Nos primeiros dois anos do curso preciso admitir que tudo era muito turvo, nada se encaixava muito bem na minha mente e a intenção de seguir alguma área específica de atuação dentro do Turismo não passava de suposições ou ideias que sumiam tão rápido quanto surgiram. Nesse período eu tinha grande interesse pela Antropologia e pela História da Arte, Patrimônio Histórico e assuntos afins, o agenciamento de viagens era pra mim um lado muito mais voltado ao mercado, direção que, na época, eu não estava interessado em seguir. Minhas primeiras experiências de atuação no turismo se deram aos vinte e um anos de idade, em 2019, quando iniciei meu estágio em turismo na Diretoria de Turismo de Piedade, atuando na área de projetos, desenvolvimento de ações voltadas ao patrimônio histórico, inclusive assumindo o papel de monitor de viagens, recebendo alguns grupos de turistas que vinham visitar os patrimônios da cidade, muito importante no cenário da produção de algodão do Brasil império no século XIX. O trabalho na prefeitura durou cerca de dez meses, e então aconteceu a pandemia da Covid-19, e tive de seguir outras áreas de atuação. É após essa fase que o trabalho no agenciamento de viagens começa.

A data de 18 de janeiro de 2021 marca o início da minha trajetória no Agenciamento de Viagens, na SoroTur¹, consolidada agência de viagens de Sorocaba, fundada em 1985.

Foram meses de árduo trabalho combinado ao aprendizado que sempre se fazia presente, na orientação de meu administrador, tive a oportunidade de aprender durante o dia a dia; o agente de viagens precisava estar atento para aprender sobre as leis, direitos e demais detalhes para orientar o cliente em relação a todo tipo de problemas que poderiam surgir desde o momento em que sua viagem era cancelada. Infelizmente o período na SoroTur foi

¹ Todos os nomes de agências de viagens e entrevistados, personagens que fazem parte dos relatos contidos no presente trabalho são fictícios, a fim de preservar a identidade e a privacidade dos envolvidos.

relativamente efêmero, pois justamente pela pandemia, foi necessário demitir 90% dos profissionais que atuavam nas três unidades da empresa, inclusive eu.

Após seis meses do ocorrido, entrei para a Alura Travel (nome fictício adotado para preservar a identidade da empresa citada), Agência de Viagens especializada em Turismo Rodoviário e roteiros por São Paulo, Santa Catarina, Curitiba, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro e etc. Além de trabalhar com turismo rodoviário, a Alura Travel trabalha com passagens e pacotes aéreos também.

A fim de poder justificar o presente trabalho que surgiu a partir de reuniões com a orientadora, foi definido que a autoetnografia seria uma das ferramentas utilizadas para se obter relatos vivenciados durante a pandemia da COVID-19.

1 INTRODUÇÃO

Em 31 de Dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS), foi alertada sobre um surto de pneumonia na cidade chinesa de Wuhan, na província de Ubei, a data marca o início de um cenário de crise; a pandemia da COVID-19. Mudanças no cotidiano geraram prejuízos, mercados das mais diversas áreas foram afetados, como o do Turismo, que possuía previsões de crescimento. Como explanado por Sheller (2020), em abril de 2020, a Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA) divulgou uma “queda de 80% nos voos em todo o mundo, enquanto o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) calcula que até 75 milhões de empregos em turismo e viagens estão em risco” (Ewing- Chow, *apud* Sheller 2020, s.p.). Enquanto em 2017, 1,3 bilhão de turistas fizeram viagens internacionais (UNWTO, 2017, *apud* Sheller, 2020), o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (2017) previu que o turismo cresceria 4% ao ano até 2025. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (World Tourism Organization [UNWTO], 2010) o turismo se estabelece como uma das atividades sociais e econômicas mais relevantes do século XXI, pois deve-se levar em consideração a quantidade de países que dependem quase exclusivamente da atividade turística.

Em 27 de Fevereiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o “Estado de emergência de saúde pública” com impacto internacional, o que consequentemente afetou o tráfego aéreo para inúmeros países (World Health Organization

[WHO], 2020). Porém, somente em 11 de março a OMS declarou os casos da COVID-19 como uma pandemia mundial, e em 20 de março de 2020 foi divulgado o Decreto Legislativo nº 6 de 2020, determinando estado de calamidade pública no Brasil, conforme o texto publicado pela Câmara dos Deputados (2020): “Reconhece, para os fins do art. 65 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, a ocorrência do estado de calamidade pública, nos termos da solicitação do Presidente da República encaminhada por meio da Mensagem nº 93, de 18 de março de 2020” .

É importante pontuar que a pandemia da COVID-19 pode ter atingido o patamar presenciado em 2020/2021 por conta do fluxo de pessoas pelo mundo todo. Para Saunders-Hastings e Krewski (2020, *apud* Neves *et al*, 2021):

A globalização permitiu que esses fatores que surgem na pandemia aumentassem sua potencialidade devido ao alto fluxo de pessoas transitando pelo mundo, ao contraponto que a mesma proporcionou que houvesse um diálogo entre as nações, facilitando assim a cooperação em pesquisas na saúde e na resposta de vigilância epidemiológica. (Saunders-Hastings e Krewski, 2020, *apud* Neves *et al*, 2021).

É possível analisar também o Turismo como um mercado sensível a situações de crise, por depender de inúmeros fatores econômicos, e não somente da intenção de deslocamento do consumidor. Como descrito por Vareiro e Pinheiro (2017), o turismo é vulnerável por depender da estabilidade econômica, pois as viagens por si só dependem de despesas arbitrárias, ou seja, só viaja aquele que, de forma subentendida, possui recursos econômicos para viajar:

Seria natural que as despesas relativas às viagens turísticas se reduzissem, bem como as distâncias a percorrer mais curtas e em menos tempo. Por conseguinte, as companhias aéreas, os hotéis e as agências de viagens também têm que se adaptar a esta nova realidade. (Vareiro e Pinheiro, 2017, p. 01).

A quantidade de viagens canceladas durante a pandemia da COVID-19 nos traz uma visão do cenário que se estabeleceu no período; em março de 2020, o Jornal El Pais divulgou uma matéria pelo autor Gil Alessi, com o título “**Número de viagens canceladas chega a 85%, e entidade já fala em falência de empresas do setor**”. De acordo com Alessi (2020), o turismo representava no Brasil cerca de 150 bilhões de dólares (750 bilhões de reais na época), segundo dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo. A Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABAV) registrou queda de 30% na demanda por voos domésticos e 50% em voos internacionais já na semana do dia 10 de março de 2020. Um dos exemplos foi

a LATAM, que de acordo com o que foi publicado pelo Jornal El Pais, possuía 42 mil funcionários e operava 1.400 voos diariamente antes das quedas causadas pela pandemia.

A prestação de serviços personalizados pode ser um dos pontos importantes que tornam as Agências de Viagens um mercado existente no Brasil. Em seu artigo “A influência da crise na escolha pelo consumidor entre agências de viagens ou operadores on-line”, as autoras Vareiro e Pinheiro (2017) comentam, citando Nie e Erbring (2000), sobre o impacto que o atendimento personalizado causa na experiência do cliente, mesmo com o advento da internet e da globalização, e ainda que o cliente tenha acesso aos horários de voos, melhores hotéis, tarifas, destinos, pois o que o Agente (ou Consultor) de viagens vende, antes de tudo, é a informação, o suporte e a segurança.

Contudo, como defende Rensburg (2014), as agências de viagens tradicionais devem servir segmentos diferenciados com propostas de valor relevantes, resultantes do conhecimento especializado de produtos turísticos mais complexos, serviço personalizado e aconselhamento pessoal, reservas eficientes, melhores preços, promoções ou reservas exclusivas, mais opções de condições de pagamento, entre outros, e excelente qualidade de serviço. (Rensburg (2014) apud Vareiro e Pinheiro (2017).

A adoção da autoetnografia como método de abordagem das informações foi, em partes, ferramenta essencial para a construção das ideias aqui apresentadas. Como explicado por Santos (2017, p. 215), a autoetnografia permite que a experiência vivida pelo autor retrate as situações que são de interesse da pesquisa, e assim cria a possibilidade de uma análise das diferenças que surgiram entre o tempo que a situação dos relatos ocorreu e o presente. Santos, em sua pesquisa sobre questões raciais, explica que:

Elaborar analiticamente sobre a própria experiência passada do pesquisador seria, assim, uma forma de recolher informações sobre a gestão das relações e desigualdades raciais no cotidiano de trabalho da empresa, em outro tempo e lugar, criando, assim, um quadro de contraste com o presente a ser estudado. Nesse sentido, o sujeito da experiência adquiria, agora, o estatuto analítico de objeto de observação. (SANTOS, Silvio Matheus Alves, 2017, p. 215).

Retomando o trabalho de Santos (2017), com base nos conceitos da autoetnografia, torna-se útil o espaço temporal que se cria desde os relatos do início de 2021 ao presente momento, pois: “No caso presente, a distância temporal testemunha a diferença entre o estatuto que se tinha quando a experiência foi vivida [...] e o que se passou a ter quando o

registro sobre tal experiência foi produzido[...]” (p.221). Ou seja, o registro em questão coloca em relevo a pesquisa sobre as situações em que o trabalho do agente de viagens foi importante; o período crítico da pandemia da Covid-19, portanto, diz das experiências vividas pelo autor desta pesquisa e também de outros agentes que aqui somam através de seus relatos.

A subjetividade presente em uma pesquisa que tem como foco uma região específica – nesse caso a cidade de Sorocaba e uma pequena parcela de seus agentes de viagem – deve ser retratada como parte do trabalho. Como explica NUNES, no capítulo 09 do livro: "A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social" (2019, p. 123 – 132), o conhecimento de indivíduos ou de situações que estes vivenciam é construído a partir de um sistema de interações culturais, históricas muito vasto, e que por consequência cria “abismos”, combinações dos mais variados tipos e fazem com que o pesquisador precise entender que apesar de pertencerem a grupos aparentemente familiares, comuns, estes indivíduos possuem vivências subjetivas, únicas, e que não podem resumir um cenário como um todo. Citando GEERTZ (1978), NUNES (2019, p. 127) orienta que o processo de análise da vida social implica consequentemente na subjetividade, independente do grau, e que por conta disso os resultados dessa análise possuem caráter aproximativo, não definitivo. Portanto, o encontro entre pesquisador e objeto de pesquisa não deve ter como foco a afinidade deste pesquisador com o objeto de pesquisa, mas sim o caráter de interpretação e a compreensão da subjetividade presente neste tipo de pesquisa.

NUNES (2019, p. 130) define que, apesar de suas pesquisas procurarem por dados “verdadeiros” em suas pesquisas, sua subjetividade e os traços de suas vivências estariam presentes em suas análises e registros de toda forma. O autor explica que, embora familiaridade não seja conhecimento científico, não deixa de apresentar uma forma de conhecimento da realidade, portanto os relatos, vivências, opiniões e percepções de pessoas sem formação acadêmica ou pretensão científica podem ser de grande valia para um trabalho que pretende reunir dados sobre um determinado local ou sociedade, atentando sempre ao fato da subjetividade presente na pesquisa.

A partir das experiências vividas pelo autor da presente pesquisa, durante a execução de suas funções como agente de viagens em duas empresas diferentes, notou-se cenário onde o trabalho do agente foi de grande importância para aqueles que adquiriram um pacote de viagens, passagem aérea ou serviço de turismo, durante o período da pandemia da Covid-19, e, por consequência, tiveram o mesmo cancelado.

A partir de tal experiência, definiu-se como objetivo geral da pesquisa: Entender o trabalho do agente de viagens durante o período da pandemia da COVID-19 e como a situação de precarização do trabalho atinge o profissional desse mercado.

A presente pesquisa tem como objetivos específicos: a) Identificar por meio dos relatos de agentes de viagens e da autoetnografia o cenário na região da cidade de Sorocaba, onde a capacidade técnica do agente de viagens foi importante para o suporte ao cliente; b) Entender a precarização do trabalho no mercado do turismo como um dos problemas presentes no cotidiano do profissional; c) Entender as diferenças entre o suporte prestado por um agente de viagens e por uma facilitadora (1,2,3 Milhas, HURB e Decolar.com), na intenção de analisar o trabalho do agente de viagens no mercado do Turismo na cidade de Sorocaba; c) Realizar entrevistas com agentes de viagens da cidade de Sorocaba para trazer as vivências desse profissional.

2. AUTOENOGRAFIA E METODOLOGIA DE PESQUISA

Em sua tese de doutorado intitulada “O método da autoetnografia na pesquisa sociológica: atores perspectivas e desafios”, publicado no PLURAL, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.24.1, 2017, p.214-241, o pesquisador Silvio Matheus Alves Santos, relata a importância e a utilidade do uso da etnografia como metodologia, usando-a como agente recuperador das memórias do interlocutor que também é o autor da tese, suas experiências e vivências como uma “pedra de toque”;

O início do trabalho em meu projeto de pesquisa para o doutorado teve uma pedra de toque: o uso da memória do Autor, da sua própria experiência vivida, como fonte para descrever a experiência de um trabalhador negro [...] Voltar ao que se viveu durante quase uma década era uma forma de recuperar, nos episódios transcorridos, a matéria prima para mapear como se organizava o trabalho[...] Elaborar analiticamente sobre a própria experiência passada do pesquisador seria, assim, uma forma de recolher informações sobre a gestão das relações e desigualdades raciais no cotidiano de trabalho da empresa, em outro tempo e lugar, criando, assim, um quadro de contraste com o presente a ser estudado[...]. (SANTOS, Silvio Matheus Alves, 2017, p. 215).

O objetivo da autoetnografia se dá por tornar o sujeito da experiência e da vivência o objeto de observação, que em contrapartida se estabelece como aquele que analisa os fatos

vividos; A autoetnografia é, portanto, uma ferramenta de pesquisa que enfatiza a reflexividade e a subjetividade do pesquisador em sua análise de sua própria experiência pessoal. Para realizar uma pesquisa autoetnográfica, é necessário seguir algumas exigências:

Reflexividade: a autoetnografia envolve reflexão sobre a própria experiência, o que significa que o pesquisador deve ser capaz de examinar suas próprias crenças, valores e atitudes e como eles influenciam sua percepção da experiência.

Subjetividade: a autoetnografia reconhece que a subjetividade é uma parte inevitável da experiência humana. O pesquisador deve estar disposto a compartilhar sua própria perspectiva e como ela afeta sua análise.

Empatia: a autoetnografia requer que o pesquisador se coloque no lugar dos outros, a fim de entender suas perspectivas e experiências.

Narratividade: a autoetnografia é frequentemente apresentada em formato narrativo, o que significa que o pesquisador deve ser capaz de contar sua história de uma forma envolvente e coerente.

Cuidado ético: a autoetnografia envolve lidar com informações pessoais e privadas. É importante que o pesquisador tome cuidado para não expor ou prejudicar outras pessoas que possam estar envolvidas em sua história.

Revisão crítica: a autoetnografia envolve uma análise crítica e reflexiva da experiência do pesquisador. É importante que o pesquisador seja capaz de avaliar e interpretar suas próprias experiências de uma forma cuidadosa e crítica.

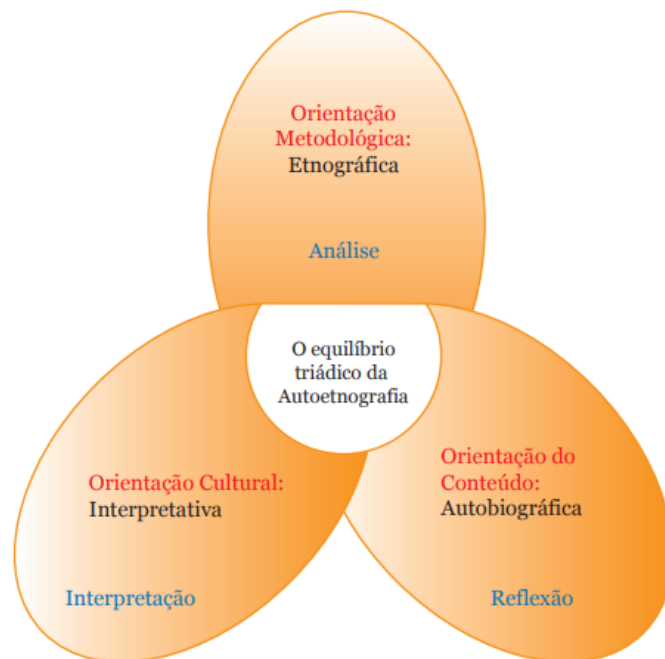
Como citado por Adams; Bochner; Ellis, (2011) *apud* Santos (2017, p. 220):

A autoetnografia é, assim, um método que pode ser usado na investigação e na escrita, já que tem como proposta descrever e analisar sistematicamente a experiência pessoal, a fim de compreender a experiência cultural (Ellis, 2004). Dessa forma, um pesquisador utiliza princípios de autobiografia e da etnografia para fazer e escrever autoetnografia. Como um método, a autoetnografia torna-se tanto processo como produto da pesquisa. (*apud* SANTOS, Silvio Matheus Alves, 2017, p. 220).

Como explicado por Santos (2017, p. 218), a palavra “Autoetnografia” é “originada do Grego *auto* (*self* = “em si mesmo”), *ethnos* (nação = no sentido de “um povo ou grupo de

pertencimento”) e *grapho* (escrever = “a forma de construção da escrita”), portanto a autoetnografia se refere a uma de proceder ou de construir um relato sobre o pertencimento de uma experiência, de um grupo, a partir da ótica daquele que relata. O autor SANTOS (2017, p. 219) também explica, citando CHANG (2008) que a autoetnografia pode ser observada sustentando se em um “modelo triádico”, sendo as três categorizadas como “orientações”; orientação metodológica – com base na observação etnográfica e de análise; a orientação cultural, baseada na interpretação da observação dos acontecimentos vividos a partir da memória e do que relaciona o pesquisador e o sujeito ou objeto da pesquisa, além dos fenômenos sociais envolvidos na investigação; a última orientação, e como definida por SANTOS (2017, p. 219), uma das mais importantes, é a orientação do conteúdo, que se baseia nos aspectos auto bibliográficos acompanhados da reflexão do conteúdo, deixando claro a importância do fator reflexivo na autoetnografia, permitindo a avaliação e a reavaliação das situações relatadas, da contribuição das informações coletadas e o que esses relatos geram como resultados para a pesquisa em questão.

O autor SANTOS (2017, p. 220) nos permite uma observação mais tangível/dinâmica dessas orientações por meio de uma imagem abaixo, que representa o “modelo triádico” ilustrado;



Fonte: Ilustração produzida pelo autor SANTOS (2017, p.220) baseado na discussão feita por Chang (2008, p. 48) e Snyder (2015).

Como explicado pelo autor SANTOS (2017, p.221), a autoetnografia é tanto o processo quanto o método da pesquisa, unindo a experiência pessoal do pesquisador com o objeto da pesquisa.

Em seu artigo “O corpo biográfico: corpo falado e corpo que fala” , JOSSO (2012, p. 19-31) destaca que o processo de autodescoberta e autoconhecimento é um projeto ao longo da vida. Esse projeto começa com o conhecimento de quem somos, o que pensamos, fazemos, valorizamos e desejamos em relação a nós mesmos, aos outros e ao ambiente ao nosso redor. Esse conhecimento não se limita a uma disciplina específica, mas busca entender as complexas interconexões da nossa existência. Isso envolve diferentes maneiras de nos relacionarmos com o mundo e questionar nossos conceitos à luz de nossa história e cultura.

JOSSO (2012) também descreve o processo de criar sua própria história de vida. Isso envolve revisar sua trajetória, entender como você se formou como pessoa e, em seguida, dar sentido a essas experiências ao construir uma narrativa coesa. Ao fazer isso, você se torna o autor de sua própria vida, considerando todos os aspectos temporais, como seu passado, presente e futuro, o que dialoga com o conceito de acessar uma linha temporal, parte da ferramenta da autoetnografia.

Em seu outro artigo “A transformação de si a partir da narração de histórias de vida” (2007, p. 413-438) JOSSO (2007) aborda a importância dos ambientes educacionais, sejam eles voltados para o desenvolvimento pessoal, cultural, competências sociais ou formação profissional, como espaços onde as pessoas buscam não apenas conhecimento, mas também lidam com questões relacionadas à sua identidade e posição na sociedade em constante mudança. No cerne das preocupações do artigo, está a questão da identidade, relacionada a temas como solidariedade em uma sociedade marcada pela exclusão, pertencimento, estratégias profissionais em um mercado de trabalho instável e mudanças econômicas. A pesquisa que se baseia nas narrativas de vida, especialmente aquelas centradas na formação, permite analisar heranças, continuidades, rupturas e projetos de vida. Isso ajuda a entender como as mudanças sociais e culturais afetam as vidas individuais e como as subjetividades muitas vezes lutam para se adaptar a contextos em constante transformação.

Segundo JOSSO (2007, p.415) “trabalhar as questões da identidade, expressões de nossa existencialidade, através da análise e da interpretação das histórias de vida escritas, permite colocar em evidência a pluralidade, a fragilidade e a mobilidade de nossas identidades ao longo da vida”.

O processo requer uma reflexão profunda sobre sua vida, olhando para trás e para frente. Isso significa examinar criticamente como você internalizou influências sociais, históricas e culturais ao longo de sua vida, que moldaram sua subjetividade e sua forma de ver o mundo. Em resumo, é um exercício de auto interpretação crítica e de conscientização sobre como sua identidade e cognição são moldadas por fatores externos e internos.

Uma parte essencial desse processo é criar um retrato dinâmico de si mesmo, abrangendo as diversas identidades que orientaram e orientam nossas atividades, escolhas, representações e projeções, tanto visíveis quanto invisíveis para os outros. Esse autorretrato permite ao autor da narrativa tomar consciência das posições existenciais adotadas ao longo da vida e das ideias que moldaram essas posições, consciente ou inconscientemente. Em resumo, o texto destaca a importância de compreender a si mesmo como um passo fundamental na construção de nossa história de vida.

Como relatado por JOSSO (2007, p. 419)

A história de vida é, assim, uma mediação do conhecimento de si em sua existencialidade, que oferece à reflexão de seu autor oportunidades de tomada de consciência sobre diferentes registros de expressão e de representações de si, assim como sobre as dinâmicas que orientam sua formação.

(JOSSO, 2007, p. 419).

Para seguir com as metodologias utilizadas no presente trabalho, foi realizada a aplicação de um questionário para agentes de viagens, com o intuito de reunir suas experiências vividas durante a pandemia da COVID-19. O questionário possui nove questões que abrangem assuntos dos quais o agente de viagens vivenciou e teve como desafios em um período de incertezas. O resultado dessa entrevista teve como produto final as descrições contidas também na autoetnografia, cujos relatos possuem as vivências destes agentes.

3. BREVE CONTEXTO: AGÊNCIAS DE VIAGEM

As agências de viagens podem como facilitadoras e intermediadoras no processo de compra de uma viagem, passagem aérea, cruzeiros marítimos, utilização de diferentes modais de transportes, como o rodoviário, além dos serviços prestados pelos setores do turismo de forma geral, como exemplificado por BORGES e GUARDIA (2012, p. 160), as agências de

viagens parecem enfrentar nos dias atuais, o desafio de se mostrarem necessárias diante do cenário das facilitadoras que vendem seus produtos online, podendo ser necessária muitas vezes a reinvenção dos produtos oferecidos ou o aprimoramento daquilo que já é oferecido; como o desenvolvimento de pacotes personalizados para o perfil de turistas que confiam nas habilidades técnicas de um profissional para desenvolver o roteiro de sua viagem.

Os serviços prestados pelas agências de viagem exibem atributos e particularidades singulares. Em primeiro lugar, são produtos intangíveis, considerando que o cliente não consegue manuseá-los ou antever visualmente antes de usar o serviço. Além disso, são produtos concebidos e usufruídos de maneira concomitante e indissociável. Por último, não podem ser armazenados, ou seja, são produtos perecíveis. (GORNI; DREHER; MACHADO, 2009).

De acordo com BORGES e GUARDIA (2012, p. 161), os primeiros resquícios do fenômeno das viagens tem registro desde a idade média, com o surgimento da moeda e do comércio, conseqüentemente gerando o deslocamento de pessoas por motivos religiosos ou comerciais, além do advento das estradas, que resultou no desenvolvimento de formas mais sofisticadas de deslocamento, além do surgimento da necessidade de viajar por lazer.

Conforme Barbosa (2002, p.1) “as viagens sempre acompanharam o ser humano”. E considerando, então, esse acompanhamento, percebe-se que, em cada momento da história, as viagens tiveram significados diferentes e foram sendo praticadas por motivos também diferentes, sejam por questões comerciais, de estudo, dentre outros, de lazer. (BORGES e GUARDIA 2012, p. 161).

BORGES e GUARDIA (2012, p.163) ainda explicam que o desenvolvimento dos meios de transportes permitiu que sujeitos de diferentes classes sociais pudessem se deslocar com mais frequência. TORRE (2003) explica que a primeira pessoa responsável por uma viagem em grupo que se tem registro é Thomas Cook, que é considerado o primeiro agente de viagens da história, Cook é lembrado como um empresário britânico idealizador dos primeiros pacotes turísticos. Nascido em 22 de novembro de 1808 em Melbourne, Derbyshire. Aos 11 anos, começou a trabalhar como aprendiz de alfaiate em Loughborough. Aos 19 anos, ele teve sua primeira oportunidade de planejar um pacote de férias ao organizar uma viagem de trem para um grupo de 450 pessoas de Leicester a uma igreja em Loughborough. Em 1841, Cook organizou sua primeira viagem pela Europa, que incluía passagens de navio, trem e hospedagem. Na década seguinte, Cook continuou a expandir

suas operações de pacotes turísticos, abrindo filiais em toda a Grã-Bretanha. Suas turnês ajudaram a popularizar o turismo, mudando para sempre a indústria.

“Em suma, as realizações de Thomas Cook foram sendo copiadas pelo mundo e isso levou a novos investimentos no setor de viagens e ao surgimento de novas agências, essas que, desde sua origem até os dias atuais, vem passando por mudanças estruturais, bem como comerciais. Nota-se, então, que a estruturação das agências como empresas prestadoras de serviços iniciaram antes mesmo do surgimento do turismo como fenômeno social e econômico” (BORGES e GUARDIA 2012, p. 164).

De acordo com ANDRADE (apud DANTAS, 2008), as agências de viagens em seu contexto histórico podem ser divididas em: Agências que atendiam a burguesia, realizando atendimentos individuais; as agências dos tours de grupo, da década de 30 do século XX; as agências dos pós 1950, cujas viagens e excursões visavam também os clientes de poder aquisitivo médio; e por fim as agências que focaram no atendimento de pacotes com serviços de receptivo, turismo de veraneio a preços mais atraentes.

O agenciamento de viagens hoje pode ser caracterizado por diferentes tipos de produtos e serviços oferecidos para diferentes segmentos de consumidores, os pacotes internacionais personalizados possuem maior valor de investimento, enquanto os pacotes prontos, cujos serviços incluídos são prestados em grande escala para atender uma demanda alta, são os pacotes com melhor custo benefício.

Conforme TOMELIN (2001 p. 24-26), as agências apresentam suas tipologias classificadas da subseqüente maneira:

Agências de turismo varejistas – “não criam seus próprios produtos”, apenas comercializam “expedições com itinerários preestabelecidos”, como pacotes de turismo, organizados por agências distribuidoras ou operadoras de turismo. Igualmente desempenham atividades de recepção, podem conceber pacotes personalizados para clientes específicos, além de atender o público em geral. Empresas de turismo atacadistas – não operam com seus próprios pacotes e não comercializam diretamente ao público. Somente desenvolvem pacotes turísticos “que são transmitidos às agências varejistas para a venda ao consumidor final”.

Empresas operadoras – “Com seus próprios equipamentos ou terceirização de prestadores locais”, as empresas operadoras, executam e concebem seus pacotes, podendo

comercializar seus produtos ao público em geral diretamente de suas próprias sedes, além disso, normalmente oferecem seus pacotes para agências varejistas.

Empresas de turismo receptivas – “Fornecem serviços para as operadoras de turismo e outras empresas de turismo por meio da disponibilização ao viajante de uma diversidade de serviços”, como por exemplo, acolher e auxiliar turistas de diferentes regiões do território nacional ou internacional, oferecendo transportes do aeroporto ao hotel e vice versa, passeios urbanos (city tour), elaborar e organizar passeios locais para os turistas, que podem ser adquiridos separadamente do pacote turístico.

Empresas de turismo consolidadoras – São responsáveis por prover às empresas com tarifas e voos de várias companhias aéreas “repassando ingressos às empresas que não têm autorização para isso”.

Empresas de turismo e educação em turismo – Situadas em faculdades ou universidades “que desenvolvem ações educacionais e operacionais a fim de suprir as necessidades de aprendizado para o aprimoramento de capacidades e aptidões profissionais”, com o propósito de treinar alunos e estagiários para o mercado de trabalho na esfera do turismo.

3.1. O CASO HURB, A INTERNET E AS AGÊNCIAS DE VIAGEM

Na semana do dia 20 de abril de 2023, a HURB (Hotel Urbano), uma das maiores empresas de vendas de pacotes aéreos do Brasil, foi destaque nos noticiários por conta dos inúmeros problemas oriundos de falta de pagamentos a hotéis, CIAs aéreas e fornecedores, o que gerou o cancelamento de diversos pacotes adquiridos pelos seus clientes.

Segundo KUSS e MEDAGLIA (2022, p. 02) nos últimos anos, as novas tecnologias digitais causaram mudanças significativas no mercado, criando um novo tipo de interação entre consumidores e empresas, como apontado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em 2017. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) desempenham um papel central nessa transformação, colocando os usuários no centro da funcionalidade e da entrega de produtos, o que tem impactado profundamente o setor do turismo, como observado por BUHALIS e LAW em 2008. Na era digital, os viajantes encontram na internet uma fonte crucial de informações, o que lhes permite planejar suas viagens com maior autonomia.

Essa autonomia dos consumidores teve um impacto significativo nos canais de distribuição, gerando a necessidade de analisar e refletir sobre os processos de intermediação, desintermediação e reintermediação. Essas transformações estão sendo amplamente influenciadas e, em certa medida, conduzidas pela revolução digital. Portanto, é fundamental considerar de maneira mais abrangente as mudanças enfrentadas pelos profissionais do turismo que atuam na distribuição.

Como relatado por KUSS e MEDAGLIA (2022, p. 05) no contexto das agências de viagens, desde seu início, as tecnologias provocaram uma transformação no modo como esses serviços funcionam. Antes, a intermediação era quase que obrigatória, exigindo que os consumidores passassem por uma agência para efetuar suas compras, mas essa necessidade diminuiu. A desintermediação na hora da compra permitiu aos clientes adquirir serviços diretamente nos sites das companhias aéreas, hotéis e assim por diante. No entanto, atualmente, as inovações tecnológicas, quando bem utilizadas, podem servir como uma ferramenta para ajudar as agências a aprimorar seus serviços e se reinventar.

Como descrito por OLIVEIRA e RESENDE (2014, p. 140) a internet, como uma ferramenta em tempo real, oferece recursos que simplificam a escolha de itinerários turísticos, a compra de passagens, reservas de hotéis, ingressos e outros serviços de forma independente. No entanto, o agente de viagens, devido ao seu conhecimento especializado, torna-se um elemento crucial para fornecer informações mais confiáveis. A aquisição de produtos por meio de uma agência de viagens é considerada mais segura, pois envolve a intermediação de várias operadoras do setor de turismo.

A reportagem a seguir pode indicar a necessidade das agências de viagens como atuantes no mercado do turismo, e que a qualidade dos serviços prestados é quesito importante para que o cliente final esteja satisfeito.

A CNN, em matéria escrita por Pedro Zanatta, publicada em 25/04/2023, relatou o caso, descrevendo inicialmente as reclamações que a HURB teve no primeiro trimestre de 2023; 7.737, cerca de 86 reclamações por dia².

De acordo com Pedro Zanatta, o CEO da plataforma de pacotes de viagem HURB (antigo Hotel Urbano), João Ricardo Mendes, renunciou ao cargo em meio a acusações de

² ZANATTA, Pedro. Clientes prejudicados e queda do CEO: entenda o caso Hurb. **CNN BRASIL**. 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/clientes-prejudicados-e-queda-do-ceo-entenda-o-caso-hurb/>> Acesso em 20 mai. 2023.

exposição de dados de clientes insatisfeitos. “A empresa tem enfrentado um aumento significativo de reclamações, acumulando 7.737 reclamações apenas no primeiro trimestre deste ano, representando mais da metade das críticas registradas em todo o ano anterior” relata Pedro a CNN. Especialistas apontam que esse aumento não se deve à sazonalidade, indicando uma possível crise mais grave na empresa.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) destaca que a empresa não está tratando adequadamente as reclamações, oferecendo respostas genéricas e não solucionando os problemas dos clientes. Outras plataformas concorrentes registraram números de reclamações significativamente menores.

Em resposta, o Procon-SP está acompanhando as reclamações relacionadas ao Hurb e buscando soluções adequadas para os consumidores. O Instituto defende a possibilidade de punição preventiva em casos de desrespeito por parte da empresa.

A Hurb argumenta que seus pacotes de data flexível são promocionais, não garantindo datas específicas para viagens no momento da compra, o que tem causado imprevistos aos clientes. Em meio à pandemia da Covid-19, a empresa destaca os desafios enfrentados pelo setor de turismo em atender os clientes.

De acordo com a CNN, a renúncia de João Ricardo Mendes foi anunciada via carta publicada nas redes sociais da Hurb, onde ele destaca a necessidade de um hiato para refletir sobre a empresa. O General Council Otávio Brissant assume a direção da agência. Mendes reconhece erros cometidos e alega que a morte de sua mãe impactou seu trabalho.

Encerrando a matéria, Pedro Zanatta relata que a empresa lamenta o vazamento de dados pessoais de clientes insatisfeitos atribuídos a Mendes em um grupo de WhatsApp. Alega sempre ter prezado pela transparência e relação de confiança com seus clientes.

A reportagem "Caso Hurb Aumenta Insegurança no Mercado de Agências de Viagem: Saiba o que Deve Acontecer Agora" escrita por Isabela Bolzani, publicada em 28 de abril de 2023 no G1 Economia, aborda as repercussões do polêmico caso envolvendo a agência de viagens Hurb.

De acordo com a matéria, a agência Hurb (sigla para Hotel Urbano), uma das maiores do setor, foi alvo de investigações e escândalos após denúncias de má gestão e desvio de

recursos financeiros. Como resultado, clientes e investidores ficaram em alerta, aumentando a insegurança no mercado de agências de viagem.

O caso gerou grande preocupação entre os consumidores, que temem perder dinheiro e comprometer suas viagens. Segundo a reportagem, muitos clientes estão relatando dificuldades em obter reembolsos ou realizar alterações em seus pacotes turísticos. Uma das citações de um cliente indignado destacou: "Confiei na reputação da Hurb e agora me sinto enganado. Estou com medo de perder minhas férias e todo o dinheiro que investi."

Além disso, a situação também pode ter afetado o cenário econômico do setor de turismo e a confiança dos investidores. A reportagem revela que as ações da empresa Hurb sofreram uma queda significativa na bolsa de valores após a divulgação das investigações. Um especialista no mercado financeiro afirmou: "O caso da Hurb traz incertezas para os investidores, que agora estão mais cautelosos ao apostar em agências de viagem."

Diante das investigações e do impacto negativo sobre a empresa, os órgãos reguladores do setor de turismo estão intensificando a fiscalização e aprimorando as políticas de proteção ao consumidor. Uma autoridade citada na reportagem declarou: "Nossa prioridade é garantir que os direitos dos consumidores sejam preservados e que medidas sejam tomadas para evitar que situações como essa se repitam."

A reportagem conclui ressaltando que o caso Hurb serve como um alerta para todo o mercado de agências de viagem, que agora está sob maior escrutínio. A necessidade de transparência, ética e responsabilidade ganha destaque, e os consumidores são aconselhados a serem mais cuidadosos na escolha de suas agências de viagem e a buscar informações sobre a idoneidade das empresas antes de fechar negócio.

4. PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO NOS SETORES DE TURISMO

FARIAS DE LUNA (2017) relata em sua tese que a atividade laboral não é somente uma questão de subsistência e sobrevivência, mas também uma ferramenta de autoestima do homem, da identidade que este desenvolve a partir do trabalho que exerce. Portanto, o autor define que a existência do trabalho informal e a precarização presente neste meio cria prejuízos de proteção e estima social, afetando muito mais do que a questão de condições de trabalho destes sujeitos.

De acordo com FARIAS DE LUNA (2017, p. 13):

O tema sobre precarização do trabalho e informalidade já é objeto de estudo há algum tempo no Brasil, devido à grande proporção que essas ocupações têm em nosso mercado. Em âmbito regional/local ainda não se tem pesquisas bibliográficas suficientes e relevantes, tornando o trabalho de pesquisa proposto importante, pois busca entender melhor esse cenário que também faz parte do cotidiano da Região Metropolitana da Grande João Pessoa, Estado da Paraíba. (FARIAS DE LUNA, 2017, p.13).

FARIAS DE LUNA (2017) reflete sobre as questões do empobrecimento da população em tempos de crise e como esse empobrecimento tem como uma das causas o trabalho informal, relatando também a questão da ausência de escolha destes sujeitos quando lhes é oferecida somente uma opção de trabalho;

Em estudo realizado para o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) o IPEA (2004) mostra que o ganho dos trabalhadores informais nas Regiões Metropolitanas do Brasil são 62,3% inferiores à média dos que tem carteira assinada, dados como esses reforçam o que Neri (2000) afirma quando expõe que o trabalho informal como maior contribuinte para o aumento da pobreza, já que na condição de desemprego os setores mais pobres não têm outra opção senão tentar a sobrevivência através de ganhos informais. (FARIAS DE LUNA, 2017, p.13).

É importante ressaltar também que agentes de viagens podem realizar a prestação de seus serviços como MEI (microempreendedor individual), e por vezes não têm os direitos garantidos como no regime CLT.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2023), o turismo foi o mercado responsável pelo crescimento de 2,9% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 2022.

De acordo com os dados divulgados, os setores de transporte, armazenagem e correio - grupo que contém atividades ligadas ao turismo, cresceram 8,4% no ano. Além deste, o que compreende outras atividades de serviços, onde estão incluídos os bares e restaurantes, por exemplo, apresentaram alta de 11,1%. A Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), realizada também pelo IBGE, aponta um crescimento de cerca de 24% das atividades turísticas no ano de 2022. (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE,2023).

O trabalho precário, segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), é definido por trabalhadores que exercem sua função sem proteção social, estatuto jurídico e

liberdade de associação. Também define a OIT como o contrário de “emprego decente”, atividade que possui rendimento irregular, marginalidade do bem-estar social, desqualificação, relação de pura sobrevivência, entre outros.

De acordo com FARIAS DE LUNA (2017, p.22), “diante das inúmeras características inerentes ao trabalho precário, a OIT criou sete dimensões de precariedade, sendo elas não mutuamente exclusivas podendo ser causa uma da outra”;

- **I Insegurança do Mercado de Trabalho:** Falta de Oportunidade de Emprego
- **II Insegurança do trabalho:** Proteção inadequada contra a perda do emprego ou despedida arbitrária.
- **III Insegurança de Emprego:** Inabilidade de Continuar em uma ocupação particular devido à falta de Delimitações de ofício e qualificações de trabalho.
- **IV Insegurança de segurança e saúde:** Condições precárias de segurança operacional e saúde.
- **V Insegurança de reprodução de experiência:** Falta de acesso à educação básica e treinamento.
- **VI Insegurança de Renda:** Nível inadequado de renda, nenhuma ou pouca garantia de recebimento atual e futura além da falta de perspectiva de alinhamento da renda com o necessário para sobrevivência.

(FARIAS DE LUNA, 2017, p.22).

Em colaboração com as ideias sobre a precarização do trabalho no turismo, utiliza-se à expressão de BATISTA (2013), ao afirmar que o setor informal exerce um papel relevante como "amortecedor de impactos no mercado de trabalho" em momentos de adversidade, como o cenário da Covid-19. Além disso, alinhando-se a essa perspectiva, MACHADO e HIRATA (2007) já haviam notado que as conjunturas de desemprego compeliram os trabalhadores a adentrar esferas laborais precárias como uma forma de se manterem ocupados e assegurar um mínimo de renda.

MACHADO e PENIDO (2005) argumentam que o panorama do emprego informal no Brasil é notavelmente heterogêneo, em muitos casos sendo resultado de aspirações individuais que não se relacionam com subsistência. O próprio setor informal tem passado por transformações substanciais desde a década de 1960, época em que, conforme MACHADO (1993), servia principalmente como uma alternativa para pessoas provenientes

majoritariamente de nações em desenvolvimento, caracterizadas por capacidade produtiva limitada do setor privado, salários exíguos e lacunas educacionais, o que resultava na exclusão de grande parte da população economicamente ativa.

O artigo "Precarização do trabalho no setor de eventos: Um estudo inicial sobre os impactos para os trabalhadores e empresas", de Marcella de Oliveira Silva, discute a precarização do trabalho no setor de eventos e seus impactos tanto para os trabalhadores quanto para as empresas.

A autora inicia o artigo discutindo a importância do setor de eventos para a economia brasileira e como ele vem sofrendo mudanças em decorrência da precarização do trabalho. Ela destaca que a precarização do trabalho é um fenômeno crescente em diversos setores da economia brasileira e que no setor de eventos essa tendência é ainda mais acentuada. A autora apresenta dados sobre a precarização do trabalho no setor de eventos, mostrando que os trabalhadores desse setor estão sujeitos a longas jornadas de trabalho, baixos salários, falta de proteção social, falta de qualificação e condições precárias de trabalho. Ela cita estudos que mostram que a precarização do trabalho pode levar a uma série de consequências negativas para os trabalhadores, como aumento do risco de acidentes de trabalho, estresse e problemas de saúde mental.

Além disso, a autora argumenta que a precarização do trabalho também tem impactos negativos para as empresas do setor de eventos. Ela cita estudos que mostram que a falta de qualificação e de estabilidade dos trabalhadores pode levar a uma redução na qualidade dos serviços prestados pelas empresas e na satisfação dos clientes.

A autora discute algumas iniciativas que estão sendo tomadas para combater a precarização do trabalho no setor de eventos, como a criação de sindicatos e a realização de campanhas de conscientização. No entanto, ela argumenta que é necessário um esforço conjunto do governo, das empresas e dos trabalhadores para enfrentar esse problema.

O artigo de Marcella de Oliveira Silva apresenta uma discussão importante sobre a precarização do trabalho no setor de eventos e seus impactos para os trabalhadores e empresas. A autora destaca a necessidade de se buscar soluções para esse problema, que tem se tornado cada vez mais grave no Brasil. Como ela ressalta, é fundamental que haja uma mobilização de todos os envolvidos para combater a precarização do trabalho e garantir condições dignas de trabalho para os trabalhadores do setor de eventos.

Em seu artigo “A complexidade do trabalho precário na Atenção Psicossocial Territorial: reflexão crítica sobre o contexto brasileiro”, os autores LIMA *et al* (2023) defendem que é importante destacar que a precarização do trabalho não é um conceito uniforme e predefinido, que pode ser aplicado de maneira igualitária a todas as suas partes constituintes. Pelo contrário, enfrentamos uma considerável diversidade em face da heterogeneidade das suas componentes nos campos político, social e cultural, nos quais existem contradições e sobreposições que impactam as maneiras como as sociedades se organizam e as perspectivas relacionadas à democracia, direitos sociais e trabalhistas. Esses elementos são fundamentais para identificar e compreender a complexidade dessa questão.

No contexto ocidental, e apesar de ocupar uma posição periférica e, portanto, mais vulnerável, o Brasil compartilha desde a década de 1970 uma crise internacional abrangendo aspectos políticos, sociais e econômicos do capital. Essa crise se manifesta no mundo do trabalho por meio de contratações de tipo “*part time*”, que não incluem benefícios sociais e são acompanhadas por salários baixos. Além disso, a informalidade no mercado de trabalho prevalece, colocando a responsabilidade dos riscos ocupacionais sobre os trabalhadores, em vez de serem assumidos pelo empregador ou pelo poder público. (LIMA *et al.* 2023 p. 217).

Com o material bibliográfico contido nesta etapa do trabalho, é possível compreender que a precarização nos setores de turismo vai além da situação de agentes de viagens trabalharem como MEI ou de forma irregular, está presente na cultura brasileira em tempos de crise. É necessário compreender, como definido neste capítulo, que a precarização do trabalho não segue um padrão específico e linear, facilmente identificável, mas faz parte de um conjunto complexo de fatores que devem ser compreendidos por aqueles que se propuserem a estudar a área.

4.1. DAS ENTREVISTAS

Na intenção de trazer outras vozes aos argumentos e fatos apresentados neste trabalho e, principalmente para contrastar com os relatos da autoetnografia, foi elaborado um questionário com nove perguntas que tangem o agenciamento de viagens, e o agente, como objetos da pesquisa. Na sequência trarei o conteúdo das respostas às respectivas indagações agrupadas sequencialmente.

A aplicação do questionário foi realizada em diferentes datas e em diferentes locais.

Os Agentes de Viagens entrevistados tiveram os nomes alterados a fim de preservar suas identidades.

O questionário foi elaborado de forma que fosse possível agrupar os principais pontos vividos pelos agentes em seu cotidiano profissional, além de reunir suas visões sobre como o cenário em que estavam inseridos estava em constante mudança; as legislações, as necessidades de aprimoramento profissional, as crises existentes por conta da pandemia em si.

A primeira questão, por abordar a visão do entrevistado sobre os quesitos necessários para um bom agente de viagens, teve respostas bem diferentes, mas que resumem um atributo principal: a dedicação ao passageiro. Lúcio foi enfático ao dizer que o convencimento do cliente é essencial, isso levando em conta um trabalho detalhado em cima daquilo que o cliente deseja. Já Marília foi específica que conhecer o cliente é essencial, para que se tenha o material necessário para se construir um convencimento de que o cliente está investindo em algo vantajoso, afinal de contas uma viagem não é um item essencial para a sobrevivência, como alimentos ou itens básicos do dia a dia. Suzana explica que o agente de viagens precisa ter como atributo a capacidade de tratar o pedido do cliente como sua própria viagem, lidando com atenção aos detalhes, se preocupando com a logística dos transportes, com a qualidade dos produtos e serviços, para que assim o passageiro se sinta realmente parte de um tratamento personalizado e exclusivo. Carla tem um posicionamento interessante quando explica que o agente de viagens deve ter a capacidade da resolução de problemas, item que não foi tratado com tanta atenção nas outras respostas, afinal de contas o agente de viagens lida diariamente com problemas pré e pós viagem, e é necessário ter preparo psicológico e profissional para tal.

A segunda questão leva em consideração as leis e programas de auxílio criados pelo governo federal para amenizar a crise da COVID-19 no turismo, as repostas para essa pergunta nos dão um vislumbre do papel necessário que a gestão federal tem em uma situação como essa; Lúcio especificou que foram oferecidas alternativas para amenizar a situação, citou que apesar dos cancelamentos com geração de crédito serem uma possibilidade, isso não foi cumprido por muitas companhias aéreas, operadoras e demais fornecedores, reforçando os casos relatados na autoetnografia, sendo esse um dos maiores desafios enfrentados pelos agentes de viagens; a necessidade de suporte. Marília explica que houveram MP's e leis para evitar falências e problemas nas agências, sem especificar exemplos, porém Suzana foi

detalhista ao explicar que como as agências de viagens eram o contato direto e final com o cliente, apesar das leis e projetos do governo federal, muitas vezes a única opção restante era explicar ao cliente que este deveria esperar, como relatado na autoetnografia sobre as remarcações que levaram mais de um ano para acontecer, os reembolsos que se estendiam para doze meses após o final da pandemia e etc. Carla explica que o governo federal permitiu a flexibilização do pagamento de impostos, permitindo que as empresas tivessem seu prejuízo amenizado, ainda se levarmos em consideração que a receita era algo difícil de se obter em um período em que ninguém podia viajar.

A terceira questão se estabelece como uma das mais importantes por tratar da habilidade técnica do entrevistado, e se essa habilidade foi suficiente para que este lidasse com os problemas e percalços que surgiram por conta da pandemia. Lúcio explica que, por estar trabalhando com agenciamento de viagens a apenas quatro meses, precisou aprender com o dia a dia, a cada cancelamento um novo entendimento sobre as possibilidades, a cada remarcação uma nova compreensão, isso exemplifica de forma dura e direta o dia a dia do agente de viagens num momento totalmente inesperado, e como muitos foram pegos na necessidade de aprender em meio ao problema. Marília explica que o maior problema durante a pandemia da COVID-19 era que não existia um padrão de regras pelas companhias aéreas e fornecedores em geral, portanto a habilidade técnica do agente de viagens tampouco importava; cada fornecedor respondia a cada problema de uma forma, alguns realizavam reembolso integral em períodos diferentes do outro, e alguns sequer davam datas para que esses reembolsos fossem realizados, tornando o trabalho do agente de viagens ainda mais difícil. Ela explica que era necessária uma lei mais rígida no que tange o padrão na forma de lidar com cada problema oriundo da pandemia no turismo.

De acordo com KUSS e MEDAGLIA (2022, p. 02)

No turismo a informação é tão essencial que pode ser considerada matéria prima da atividade. O turismo utiliza os sistemas de informação como uma forma de recolher dados internos e externos, transformando-os em informação. Com esses sistemas de informação é possível armazenar, gerir e apresentar as informações que permitem efetuar análises a partir dos da atividade tecnológica.

(KUSS e MEDAGLIA, 2022).

Suzana explica que ninguém estava preparado para o que viria durante o período da pandemia, mas que foi capaz de contornar as situações da melhor forma para que os clientes

não se sentissem prejudicados, deixando claro a importância do trabalho do agente de viagens na mediação dos conflitos e problemas que surgiam.

Já Carla explica que suas habilidades profissionais foram suficientes para lidar com os problemas que surgiam, mas que era necessária a constante atualização sobre as informações e leis para que erros não fossem cometidos.

Na quarta questão foram tratados os argumentos utilizados para que os agentes de viagens pudessem conversar com os clientes e explicar a eles sobre as remarcações e os períodos de reembolso; Lúcio explica que era necessário contar com a compreensão do cliente, porque não havia o que ser feito de início, ele explicava que as agências estavam “de mãos atadas” e que tudo iria se resolver. Marília explica que sempre foi muito realista com os clientes, procurando sempre a melhor saída para as situações e deixando claro que a agência também estava sendo lesada com a situação, e que tudo se resolveria com o tempo. Suzana deixa claro que era necessário explicar ao cliente que a agência de viagens era um intermediador dos serviços, e não a culpada pelos cancelamentos e remarcações, portanto trabalhava como uma segurança do cliente de que tudo se resolveria. Carla por sua vez relata que para amenizar a sensação de insatisfação no cliente, era preciso apresentar opções de voos, remarcação, explicar as datas e tentar ao máximo personalizar o atendimento para que o cliente entendesse que a agência estava trabalhando para reverter a situação da melhor forma.

É interessante levar em conta as respostas dessa questão porque chegamos a conclusão, pelas amostras obtidas, de que não havia um resultado padrão, uma solução ou argumento chave para que a situação fosse resolvida, as agências de viagens entrevistadas atuaram como intermediadoras entre o fornecedor e o cliente final, e estavam com o fardo de lidar diretamente com a parte mais afetada e menos compreensível em relação aos cancelamentos, reembolsos, multas e remarcações.

A quinta questão é de grande importância; O papel do agente de viagens foi de fato essencial para lidar com a crise da pandemia no turismo? Fez de fato diferença? Lúcio foi enfático ao explicar que o agente de viagens se tornou referência no período da pandemia, pois mesmo aqueles que não haviam comprado pacotes com as agências vinham procurando por ajuda, por uma forma de resolver as questões de cancelamentos, pois como relatado na autoetnografia, muitos clientes que não contaram com a ajuda de uma agência sequer tiveram um respaldo por parte dos fornecedores. Marília segue a mesma linha de pensamento, relatando que em seu dia a dia como agente de viagens na pandemia, ficava horas no telefone

esperando um retorno por parte dos fornecedores, e por vezes teve de auxiliar em processos judiciais contra companhias aéreas que não cumpriam com a lei do reembolso e das remarcações, deixando claro que o trabalho do agente de viagens ia além da agência e do dia a dia corriqueiro, aqueles que não contaram com esse suporte, hora ou outra o procuravam.

Suzana explica que o trabalho do agente de viagens foi essencial, e que conhece amigos que até hoje não tiveram seus valores reembolsados ou viagens remarçadas por não terem o suporte de uma agência de viagens durante a pandemia da COVID-19. Carla, seguindo o mesmo caminho dos outros entrevistados, explica que aqueles que não contaram com o trabalho e suporte de um agente de viagens não tiveram o mesmo resultado em suas remarcações e reembolsos.

Como explicado por KUSS e MEDAGLIA (2022, p. 08) a mesma transformação digital que inicialmente levou à desintermediação agora está impulsionando a reintermediação de forma mais recente, no que diz respeito à necessidade das agências de viagens no mercado. No contexto de uma sobrecarga de informações, causada pela tecnologia, as agências estão voltando a se destacar no mercado como curadoras de informações em meio à vasta gama de produtos e destinos disponíveis na indústria do turismo. Atualmente, o mundo enfrenta uma abundância de opções, vivenciando o que é conhecido como a "revolução da variedade". Os computadores têm a capacidade de produzir, manipular e disseminar informações muito mais rapidamente do que as pessoas podem processá-las, resultando em um volume significativo de informações competindo pela atenção diária, o que pode levar muitos a perderem o controle da situação.

A sexta questão aborda o entrevistado no que diz respeito às facilitadoras, se este sente que o trabalho das facilitadoras está de alguma forma ameaçando a existência dos agentes de viagens no mercado do turismo. Lúcio explica que o suporte pré, durante e pós viagem não é fornecido pelas facilitadoras, e que o cliente tem um atendimento diferenciado por parte das agências, portanto não acredita que as facilitadoras estão ameaçando o trabalho do agente de viagens. Marília relata que, apesar de muitas vezes os valores oferecidos pelas facilitadoras serem mais atrativos, o suporte prestado pelo agente de viagens e o atendimento personalizado conseguem suprir essa diferença de valor, seguindo a ideia de que o trabalho do agente de viagens não é ameaçado pelas facilitadoras. Suzana é enfática ao afirmar que “As facilitadoras estão se provando incapazes de atender o que o Brasileiro mais procura em qualquer tipo de serviço: O bom atendimento”, justificando que as facilitadoras não são

capazes de manter o mesmo nível de atendimento de qualidade de um agente de viagens, e que este não está ameaçado. Carla explica que o trabalho do agente de viagens não está ameaçado pelo simples fato de que muitos clientes ainda preferem o atendimento personalizado e presencial de um agente de viagens, o que as facilitadoras não conseguem suprir.

Essa questão deixa claro um posicionamento fixo entre os agentes de viagens entrevistados; o atendimento personalizado, de qualidade, a atenção aos detalhes e ao sonho do passageiro são o diferencial do atendimento por parte das agências.

A sétima questão teve como objetivo entender qual foi a situação mais difícil que o entrevistado passou em seu dia a dia como agente de viagens durante a pandemia; Lúcio relata que o cancelamento de voos em cima da hora, com o passageiro no aeroporto era a situação mais difícil de lidar. Marília relatou que presenciar o fato de que os clientes tiveram que postergar a realização de seus sonhos era a parte mais difícil, pois muitos aguardaram meses para que a viagem acontecesse, portanto explicar ao cliente os motivos de todos os problemas e remarcações era muito além de um detalhe profissional. Suzana relata que haviam quatro passageiros sob seu suporte em um navio MSC quando a quarentena foi anunciada, e que durante todo o período em que os passageiros ficaram presos no navio, ela precisou prestar suporte e acalmá-los, mas que nunca havia visto algo de tamanha proporção.

Carla explica que a parte mais difícil de lidar era com a incerteza das situações, pois as regras sempre mudavam e não havia como explicar pro cliente de forma padronizada o que viria a acontecer de acordo com os problemas.

Em todas as respostas dessa pergunta, existe um item que sempre é citado: A incerteza. Os agentes de viagens entrevistados lidavam todos os dias com o incerto, com a necessidade de acalmar o cliente mesmo que não houvesse respostas para o problema, era necessário contornar as situações.

A oitava questão procura entender se os entrevistados acreditam que após a pandemia as pessoas irão procurar mais os serviços dos agentes de viagens. Lúcio explica que já está vendo essa mudança na procura pelas agências, pois o agente de viagens não mediu esforços para resolver os problemas dos clientes durante a pandemia. Marília é mais relutante em acreditar que de fato a pandemia tenha mudado o pensamento do cliente, pois no que diz respeito a valores, as facilitadoras sempre conseguem algo muito abaixo do regular. Ela

acredita que aqueles que tiveram problemas com facilitadoras durante a pandemia irão procurar as agências, pois terão passado por situações que deixaram claro o valor do agente de viagens.

Suzana acredita que todo aquele que desejar uma viagem com suporte e sossego garantido irá procurar uma agência de viagens, ela relata que “lembrarão de nós”, como uma marca do trabalho que o agente de viagens teve durante um período tão conturbado como a pandemia.

Carla segue a mesma linha de pensamento da maioria dos entrevistados, pois entende que depois das experiências que os clientes tiveram durante a pandemia e da necessidade que se deu para o bom suporte, a visão do cliente em relação às agências de viagens vai mudar.

A nona e última questão pretende fechar a entrevista deixando o que os agentes de viagens acreditam ser um *modus operandi* ou uma forma de se preparar para situações que se assemelhem a pandemia da COVID-19; Lúcio acredita que é necessário um treinamento para que o agente de viagens se prepare para situações como essa. Marília acredita que a padronização das regras de remarcação, reembolso e na forma de lidar com estes problemas (semelhantes a pandemia) sejam o segredo pra estarmos preparados para o futuro, ela acredita ser importante o treinamento dos agentes de viagens desde que o fornecedor tenha regras específicas a seguir diante de situações semelhantes. Suzana segue a mesma linha de pensamento, alegando que a padronização das normas e a qualificação do agente de viagens para lidar com situações imprevisíveis é necessária.

Carla defende que para que o setor do turismo esteja preparado para lidar com essas situações, é necessário que protocolos de segurança sejam criados, além de auxílios por parte do governo federal para que tanto a legislação quanto o suporte econômico sejam realidade em períodos assim.

Acreditou-se ser necessário a aplicação dos resultados dessas entrevistas antes da apresentação dos relatos contidos na autoetnografia, para que o leitor se habituasse ao cenário que envolvia o agente de viagens no período da pandemia da COVID-19; a incerteza, a ausência de respostas, a necessidade de se aprender com o cotidiano, a necessidade de contornar situações.

4.2.1 Aprendendo a nadar no mar revolto

Estava chovendo naquela sexta feira, era começo de novembro e a época das tempestades havia começado mais cedo, enquanto eu carregava duas malas de 23kg nos ombros (que mais pareciam ter 40kg cada), seguia por uma ponte de madeira em meio a mata atlântica, explicava para os hóspedes que acabaram de chegar no hotel sobre as regras, horários e demais detalhes. A respiração ofegava e ficava mais difícil conforme eu subia o caminho íngreme, logo atrás o deslumbrado casal de garotos observavam quase que embriagados a mata formidável que circundava a hospedagem, eu me concentrava em não desmaiar, tropeçar, ou, “deus me livre” – pensava eu- derrubar alguma das bagagens. Com os hóspedes alocados em sua luxuosa suíte, bem informados sobre todos os procedimentos, recebi minha gorjeta de bom grado e me retirei sem demora, a chuva estava aumentando e ainda faltava 9 das 15 suítes para chegarem ao hotel, meu trabalho havia apenas começado. O telefone tocou, era meu chefe me ligando, me pediu para eu ir até o refeitório, disse que precisava conversar comigo, em tom sério e direto. Seguindo pela mata eu criei mil possibilidades, cansado da última semana eu só conseguia pensar em descansar, tudo o que passava pela minha cabeça era um banho gelado e minha cama, que eu não via fazia uma semana, afinal de contas o expediente de trabalho fazia jus a exotividade da hospedagem; Dezessete horas por dia, com gratificantes (peço licença para a ironia) uma hora de almoço, uma hora de jantar e o tão desejado único domingo do mês. Há de se considerar que ao entrar às 7h40 da manhã e sair às 0h30, eu precisava de um longo descanso. Voltando a lúdica descida até o refeitório, recebi, antes mesmo que meus dois pés pudessem tocar o chão de tijolos empoeirados, um olhar cortante por parte de meu gerente, ali eu já sabia que dos meus mais puros devaneios, eu estava encarando o pesadelo. Curtas frases, ferida profunda; eu estava sendo demitido. Em anos de trabalho nas mais diversas áreas e funções, eu nunca havia experienciado uma demissão.

Como explicado por FARIAS DE LUNA (2017, p.15):

Pode-se observar uma crescente e constante importância do trabalho para o homem em sociedade, em especial nas sociedades e economia capitalista. Essa relevância não se resume ao fato de subsistência ou avanço em sociedade, pois a atividade laboral também é propulsora da identidade e autoestima do homem, que ao se encontrar em situações sociais que o fazem lidar com o trabalho informal e precário o concerne um imenso prejuízo de proteção e estima social e também engajamento quanto identidade

de trabalhador e renda. Isso posto, é importante, ainda, expor que para se alcançar o fundamento desta proposta de pesquisa, foi/é necessário um delineamento estrutural sólido, com a exposição de objetivos claros, problematização direcionadora e justificativa plausível, para atingir o alvo desejado e os resultados esperados.

FARIAS DE LUNA (2017, p.15).

No trecho citado anteriormente, é possível notar que as relações de trabalho vão além das questões financeiras, fazem parte da autoestima do sujeito, da identidade daquele que executa o trabalho.

Como exemplificado por SANTOS (2017, p.232) a descrição minuciosa dos sentimentos é parte essencial da autoetnografia e permite que o leitor seja levado ao cenário dos acontecimentos e motivações:

[...] a trajetória de dentro para fora da autoetnografia também descreve como começamos um projeto de pesquisa. Muitas vezes, os projetos de investigação começam com acontecimentos que nos transformam (o nosso pensamento, sentimentos, senso de si e do mundo) e também aos outros (nossos amigos e famílias, membros das nossas comunidades sociais, políticas e culturais, e outros que são diferentes de nós) do avesso. Portanto, as autoetnografias começam com os pensamentos, sentimentos, identidades e experiências que “nos arremessam num circuito de tomada de sentido”, que nos fazem “perguntar, reconsiderar e reordenar nossa compreensão sobre nós mesmos, os outros e nossos mundos” [...]. (Adams; Ellis; Jones, 2015, p. 47 apud Santos, p. 232).

Como identificado pelos resultados obtidos na primeira questão das entrevistas realizadas no presente trabalho, os agentes de viagens entrevistados consideram que um agente de viagens deve possuir como atributos a capacidade de persuasão, a habilidade de identificar as necessidades do cliente e seus desejos em relação a viagem, a sensibilidade de tratar a viagem de seu cliente como sua própria viagem, seu próprio sonho, a atenção aos detalhes, a compreensão da logística dos transportes, dos locais, dos serviços contratados, e por fim a agilidade na resolução de problemas. E são exatamente esses quesitos citados anteriormente que fizeram parte da minha primeira experiência em uma agência de viagens; em janeiro de 2021 tive a oportunidade de realizar uma entrevista de emprego em uma conceituada agência de viagens de Sorocaba, a SoroTur.

Ao chegar no local indicado para a entrevista, vislumbrei um mercado com um ar de shopping, recém inaugurado, próximo a Armando Pannunzio, movimentada avenida de Sorocaba. Perguntas das mais diversas me foram apresentadas, logo percebi que a intenção daquela empresa era de fato contratar um futuro Turismólogo, afinal de contas os

questionamentos sobre operadoras de turismo e desenvolvimentos de roteiros personalizados não me parecia um assunto que qualquer cidadão à procura de um emprego saberia responder.

Com os resultados das entrevistas foi possível analisar pelos resultados da segunda questão que a legislação criada para combater os impactos causados pela crise da COVID-19, tratando-se do cenário subjetivo estudado, tiveram resultado somente quando devidamente cumprida, o que por vezes não era cumprida por parte dos fornecedores e companhias aéreas, como descrito por um dos entrevistados. Além disso, na terceira questão foi possível observar que apesar da habilidade técnica, os profissionais presentes nos relatos tiveram de aprender diariamente a lidar com situações que inesperadamente surgiam em viagens já emitidas para seus clientes, portanto mesmo com a habilidade técnica para executar o trabalho de agente de viagens, a necessidade do constante estudo se fazia presente. Associa-se essas duas últimas questões aos resultados da quarta questão, que tratou sobre os argumentos utilizados por estes agentes entrevistados para tranquilizar o cliente em relação ao cancelamento e remarcação de seu pacote de viagem, passagem aérea e afins, e como resultado essa questão trouxe a tona um cenário em que os agentes de viagem citados precisaram ser sinceros sobre a função de uma agência de viagens como intermediadora de serviços, e não como a causadora dos cancelamentos.

Os resultados anteriormente citados se conectam ao próximo relato, que inicia apresentando o cenário em que o agente de viagens autor do presente trabalho foi inserido assim que chegou em seu novo emprego; logo nos primeiros momentos na agência, fui informado; o cenário era algo totalmente atípico, adiantou meu superior; estávamos enfrentando uma situação onde o turismo estava abalado, não tínhamos certeza de nada, e as situações de cancelamento e solicitações de reembolso estavam chegando aos montes, em quantidades que se contavam pelas centenas. Logo de início fui ensinado sobre as remarcações, e como cada uma das CIA's aéreas estava lidando com cada caso de remarcação, a legislação que mais nos auxiliava na época era a Lei 14.046, de 2020³, que prevê medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise decorrente da pandemia da covid-19 no turismo e na cultura, mas como? A lei garantia que empresas relacionadas ao turismo e prestadores de serviços apoiassem o prazo de reembolso em até 12 meses, e garantia ao passageiro o direito de reaver o mesmo produto ou serviço adquirido pelo fornecedor desde que atendessem quesitos como: Temporada equivalente ao período originalmente adquirido, ou seja, se o cliente

³ PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **LEI 14.046 DE 24 DE AGOSTO DE 2020**. SITE DO PLANALTO. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/l14046.htm>.

comprou o produto para uma alta temporada, poderia remarca-lo para uma alta temporada, ou não. Porém, se o pacote fosse para uma baixa temporada, a fim de não prejudicar os fornecedores, o pacote deveria ser remarcado para um período equivalente.

Lembro-me como se o fato estivesse no presente, quando realizei minha primeira remarcação; A cliente em questão fechou um pacote para Maceió, porém cerca de uma semana antes da viagem, a pandemia teve início e todo o tráfego aéreo foi afetado, conseqüentemente sua viagem cancelada. O telefone da agência tocou - “SoroTur, Gabriel, bom dia” respondi. A solicitação para uma remarcação de data para o pacote me foi dada, e o meu chefe, na intenção de me ensinar na prática sobre o processo, me guiou pelas guias da Gol, CIA aérea em questão. Me deparei logo de início com diferenças absurdas de tarifa, a CIA aérea se reservou no direito de cobrar diferenças de remarcação em caso de data divergente da originalmente contratada, direito esse garantido pela lei vigente; uma passagem que na época em que foi adquirida custava R\$1.200,00 para dois adultos, se mostrava na tela com uma diferença de R\$4.000,00, mais do que o dobro do valor original. Olhei para o meu chefe sem entender, e com um olhar de dúvida sequer precisei questioná-lo, ele me explicou que aquilo era o mais difícil das remarcações, o abuso praticado pelas Cias aéreas no intuito de reaver o prejuízo que tiveram no ano de 2020, período em que a pandemia levou à falência qualquer prestador de turismo que não tivesse uma reserva para sobreviver.

No período em que iniciei os processos de remarcação na SoroTur, presenciei mais de uma centena de clientes insatisfeitos com o rumo em que as remarcações estavam tomando, mas presenciei outra centena de pessoas que sem amparo algum de agentes de viagens, consequência de compras efetuadas por facilitadoras como a 1,2,3 Milhas, HURB⁴ e Decolar.com, sequer possuíam respaldo algum ou retorno sobre seus valores pendentes, oriundos dos mesmos cancelamentos que, apesar de muitas vezes seguidos de pagamentos de valores adicionais, tinham um desfecho⁵.

A tabela abaixo é uma das dezenas de tabelas que elaborei para me organizar em relação às remarcações que eu precisava lidar todos os dias, essa tabela em específico representa as remarcações realizadas em uma única semana. Importante frisar que cada remarcação exigia uma ligação para a operadora ou consolidadora/CIA aérea, e cada uma

⁴ ZANATTA, Pedro. Clientes prejudicados e queda do CEO: entenda o caso Hurb. **CNN BRASIL**. 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/clientes-prejudicados-e-queda-do-ceo-entenda-o-caso-hurb/>> Acesso em 20 mai. 2023.

⁵ Vide o Caso HURB na página 22 deste documento.

dessas ligações poderia levar de 1h a 3h para ser atendida, ou mais que isso, como o dia em que fiquei 5 horas em espera para ser atendido pela MSC Cruzeiros. Foram semanas de aprendizado intenso e constante, e cada detalhe era anotado para não ser esquecido, toda a informação era valiosa.

Valor	ID	Destino	Data original da Venda
R\$ 4.799,80	REMARCAÇÃO	Porto Seguro - Azul	terça-feira, 24 de setembro de 2019
R\$ 1.999,99	REMARCAÇÃO	Santiago - Chile (Somente aéreo e seguro)	terça-feira, 1 de outubro de 2019
R\$ 1.999,99	REMARCAÇÃO	Porto Seguro	sexta-feira, 4 de outubro de 2019
R\$ 1.999,90	REMARCAÇÃO	Navegantes/Balneário Camboriú (Somente aéreo)	domingo, 6 de outubro de 2019
R\$ 4.899,80	REMARCAÇÃO	Porto de Galinhas - Orinter	domingo, 6 de outubro de 2019
R\$ 3.585,33	REMARCAÇÃO	Rio de Janeiro - Orinter	terça-feira, 15 de outubro de 2019
R\$ 4.951,28	REMARCAÇÃO	Fortaleza e Jericoacoara	sexta-feira, 18 de outubro de 2019
R\$ 3.773,00	REMARCAÇÃO	Navegantes - Congonhas	segunda-feira, 21 de outubro de 2019
R\$ 1.091,72	REMARCAÇÃO	Maceió (Bloqueio Aéreo)	sábado, 26 de outubro de 2019
R\$ 5.238,14	REMARCAÇÃO	Maceió (Bloqueio Aéreo)	segunda-feira, 18 de novembro de 2019
R\$ 7.500,00	REMARCAÇÃO	Salvador (Bloqueio Aéreo)	domingo, 24 de novembro de 2019
R\$ 3.743,58	REMARCAÇÃO	Salvador (Bloqueio Aéreo)	sábado, 30 de novembro de 2019
R\$ 5.876,37	REMARCAÇÃO	Maceió - Orinter	domingo, 15 de dezembro de 2019
R\$ 894,85	REMARCAÇÃO	Maceió - BWT	segunda-feira, 16 de dezembro de 2019
R\$ 1.679,44	REMARCAÇÃO	Caxias do Sul - São Paulo	domingo, 29 de dezembro de 2019
R\$ 10.720,50	REMARCAÇÃO	Porto de Galinhas	segunda-feira, 6 de janeiro de 2020
R\$ 414,58	REMARCAÇÃO	João Pessoa (Bloqueio aéreo)	segunda-feira, 6 de janeiro de 2020
R\$ 1.167,90	REMARCAÇÃO	Ilhéus (bloqueio Aéreo)	segunda-feira, 6 de janeiro de 2020
R\$ 1.152,00	REMARCAÇÃO	Porto Seguro	quarta-feira, 8 de janeiro de 2020
R\$ 2.969,87	REMARCAÇÃO	Trancoso	terça-feira, 21 de janeiro de 2020
R\$ 4.234,38	REMARCAÇÃO	Maceió - Azul	terça-feira, 21 de janeiro de 2020

Fonte: Tabela de remarcação de pacotes e passagens aéreas, 2021. Arquivo pessoal.

Assim como o meu chefe, muitas das remarcações que resolvi exigiram de mim um aprendizado imediato, afinal de contas as regras mudavam de fornecedor para fornecedor, as situações de remarcação eram diferentes para cada caso, o resultado de horas de espera em ligação com CIA's aéreas e Operadoras de Turismo dependia totalmente do empenho do operador que lhe atendia, e do quão disposto o mesmo estaria para resolver o problema, que na certa era mais um entre uma quantidade absurda de solicitações.

Era um domingo de manhã, chega na agência uma cliente da melhor idade, eu estava sozinho no atendimento naquele dia. Ela me perguntou sobre o seu pacote para Roma que havia adquirido no final de 2019, e que porventura havia sido cancelado por conta da pandemia. Ao verificar o sistema expliquei a ela os valores de diferença tarifária do voo e demais serviços, e expliquei que por hora os voos para a Itália estavam restritos, e o circuito que ela fazia pela Operadora de Circuitos Europamundo, estava em aberto, sem poder ser remarcado por ausência de disponibilidade. Consigo me lembrar da expressão daquela senhora ao ouvir que sua viagem não poderia acontecer naquele momento, e que seu reembolso, caso solicitado, só viria no período de doze meses após a declaração do fim de estado de pandemia. Seus olhos se encheram de lágrimas e ela simplesmente chorou, me contou sobre o seu sonho de vida; visitar a Itália, ver o Coliseu e o Panteão de Roma, conhecer o Vaticano e olhar para o Teto da Capela Sistina pela primeira vez. Partilhamos do

mesmo sonho, e eu, com a única função de resolver o seu problema como um agente de viagens, assumi o papel de um consolador, talvez capturado pela coincidência de partilharmos do mesmo sonho, me coloquei no lugar dela e expliquei a ela sobre a possibilidade de remarcação assim que os voos retomassem a normalidade. Expliquei a ela da melhor forma as soluções que me eram dadas naquele momento, e como um ser humano que entendia a dor de um sonho impedido, me dispus a fazer de tudo para conseguir acelerar o tempo para a remarcação dos produtos de sua viagem. Ela se levantou após duas longas horas de conversa, me agradeceu, e foi embora.

Demorou mais de um ano para que a cliente em questão pudesse fazer sua viagem novamente, pelo que me foi informado, seu voo e demais produtos foram remarcados sem custos adicionais, e ela pôde conhecer Roma e realizar seu sonho.

A quinta questão da entrevista aplicada com os agentes de viagem trouxe à tona o seguinte questionamento: O trabalho do agente de viagens fez diferença durante a pandemia da COVID-19? Tratando-se do cenário subjetivo destes agentes de viagem, os resultados dessa questão mostraram que o atendimento personalizado e a resolução de problemas foram situações constantemente avaliadas por estes profissionais, e que a dedicação dos profissionais entrevistados foi vital para que os problemas de seus clientes fossem resolvidos da melhor maneira que o cenário na época permitia. Seguindo a mesma direção, porém tendo como foco as facilitadoras, a sexta questão questionou os agentes de viagens entrevistados sobre a possível ameaça que o advento dessas *bigtechs* do turismo na internet poderiam trazer ao mercado de agenciamento, e ao profissional do agente de viagens em si. Como resultado, essa questão evidenciou, mais uma vez de forma subjetiva, que os agentes de viagens entrevistados, quase em sua totalidade, não se sentem ameaçados pelo serviço prestado por estas empresas, e relatam que o trabalho personalizado prestado por eles faz diferença no resultado final, tanto no momento de fechar a viagem, quanto no momento de resolver problemas, seja ele em períodos como a pandemia da COVID-19 ou não. O cenário descrito anteriormente na autoetnografia, onde o agente de viagens teve de tornar o atendimento o mais humano e sensível possível para ter empatia pelo problema enfrentado pela sua cliente, apresenta mais um caso onde o atendimento do agente de viagens teve um papel importante, além da relação cliente x vendedor.

Se estabeleceu o cenário onde o contato humano e subjetivo substituiu, mesmo que por um único momento, os trâmites legais, os processos, as técnicas. Poderia um cliente, que

adquiriu um pacote por meio de uma facilitadora, ter esse tipo de atendimento presencial e ouvir um pouco de esperança sobre o seu caso, sentir-se amparado e acalentado pela certeza de um profissional que sabia que os cenários ainda mudariam até que sua viagem pudesse acontecer?

Entre uma venda e outra, que nada eram além de pacotes rápidos e cheios de restrições, fui desenvolvendo a capacidade de enxergar o futuro como portador da esperança tão necessária.

Um mês e meio havia se passado, eu já decorava o alfabeto fonético e sabia realizar os atendimentos sozinho sem maiores problemas, apesar do nervosismo na hora de fechar uma passagem aérea ainda ser uma dificuldade. No agenciamento de viagens, quando um agente de viagens está realizando a compra de uma passagem aérea para um cliente, é necessária total atenção, qualquer erro no nome ou documentos inseridos não pode ser corrigido após a compra, e qualquer letra errada impediria o passageiro de embarcar em para o seu destino. Um agente de viagens precisa saber lidar com pressão, sonhos e investimentos alheios desde o primeiro dia de atuação, e durante uma pandemia, esse processo se tornou ainda mais delicado.

Um dia corrido de trabalho, entre as remarcações e solicitações de orçamento, chega um cliente com sotaque espanhol na agência, eu estava sozinho, seu pedido: Um voo para Colômbia, queria visitar a família, pois estava morando no Brasil há alguns anos e sentia falta dos seus. Exigente, firme e de expressão inflexível, o homem de cabelos lisos e pretos, cuja feição que indicava pressa me deixou claramente nervoso. No processo de compra de sua passagem, não verifiquei que eu havia me esquecido de inserir seu documento, inserindo assim somente seu nome completo e data de nascimento. Após o pagamento da reserva, me atentei ao fato de que eu não havia inserido tais dados, e fiquei bastante apreensivo por conta disso. Tentei não expressar reação alguma, silenciosamente enviei mensagens atrás de mensagens para a minha supervisora, a fim de pedir auxílio. Alguns minutos se passaram, e pacientemente a supervisora me explicou que não havia problema nenhum em não ter colocado o documento, que isso poderia ser feito posteriormente. Naquele momento eu sentia alívio, porém era tarde demais, o passageiro havia percebido meu nítido desconforto e isso foi o suficiente para que ele reclamasse alguns meses depois que eu não estava preparado para tal função.

Referindo-me ao último relato, preciso atentar ao leitor de que hoje, para voos em território brasileiro, de acordo com a Resolução nº 595/2020 da ANAC⁶, a Agência Nacional de Aviação Civil, a partir de novembro de 2022 as agências de viagem devem solicitar aos passageiros o número do CPF nas compras de passagens aéreas de voos domésticos (voos nacionais). Acredito ser importante afirmar que situações como esta, onde o nervosismo tomava conta, não eram raras, durante todo o meu processo de aprendizado enfrentei situações onde a tensão era constante, e ao mesmo tempo que eu precisava orientar uma venda ou direcionar a solução dos problemas de um passageiro, eu precisava aprender na mesma hora em que repassava a informação.

O pedido mais comum e que eu mais recebi durante todo o meu percurso como agente de viagens, clientes de facilitadoras que não possuíam sequer um respaldo por parte da empresa, solicitando o auxílio de um agente de viagens. Tendo meu serviço desvalorizado nos mais diversos âmbitos do mercado, eu só podia observar enquanto as pessoas se arrependiam de terem confiado seu dinheiro a prestadoras de serviço que não honraram com a qualidade, o suporte e não se dispunham sequer a orientar o cliente sobre seu problema. Eu poderia apenas auxiliar os clientes que compraram comigo ou na agência em que eu trabalhava, e preciso admitir que eu sentia uma sutil sensação de justiça quando via aquilo que eu dizia fazia muito tempo se concretizar; empresas que prometem demais por valores absurdamente baixos uma hora podem ter problemas⁷.

Muitas situações parecidas com essas relatadas anteriormente existiram no meu percurso como agente de viagens durante minha experiência na SoroTur.

Nas primeiras semanas de abril de 2021, comentários de que tudo voltaria a fechar novamente eram constantes, os casos de covid estavam voltando a aumentar e o governo via a necessidade de impor novas medidas de quarentena na tentativa de amenizar os novos casos e mortes. Ao acordar pela manhã naquele dia 13 de abril, vi as notícias na televisão e sabia que algo não estava certo. No grupo de mensagens da agência, o sócio proprietário comentava sobre a necessidade de fecharmos novamente por alguns dias, para evitar problemas com a fiscalização e quarentena, e só quem viu de perto as consequências de uma agência de viagens fechada durante meses sabe o que vem depois, ou antes, como foi o meu caso. Vesti meu

⁶ AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL (ANAC): **RESOLUÇÃO Nº 595, DE 11 DE NOVEMBRO DE 2020**. Site da ANAC. Disponível em: <<https://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/2020/resolucao-no-595-11-11-2020>>.

⁷ Vide o Caso HURB na página 22 deste documento.

uniforme, coloquei meu blazer e sai no horário de sempre; às 10h50 da manhã, meu expediente se iniciava 11h e seguia até as 20h todos os dias. Como se não bastasse o risco que eu estava sofrendo por conta da pandemia, meu contrato era por meio do MEI, um CNPJ aberto em meu nome, que me categorizava como um prestador de serviços, sem registro.

Ao chegar na agência, o meu chefe estava sentado em sua mesa, nitidamente abalado, eu já sabia o que me aguardava, mais uma vez; eu estava sendo demitido. Assim que eu sentei em minha mesa, ele me disse: “Gabriel, me perdoe, eu tentei”. Naquele momento eu só consegui sentir uma avalanche de medo tomar conta da minha mente, uma sensação quase febril me invadiu e eu só consegui chorar. Depois de tantos aprendizados e desafios que enfrentei, depois de vencer meus medos e até mesmo decorar o alfabeto fonético, eu estava sendo demitido por conta da pandemia, uma empresa não sobrevive sem receita, e a empresa precisava realizar cortes. Por um lado, eu entendia, enquanto ele me dizia: “Você vai voltar para cá, eu prometo, confie em mim”. Entre um soluço e outro, eu mal conseguia processar o que estava acontecendo, pensava nos meus pais, que tanto fizeram para que eu conseguisse ir pra Sorocaba, pensava no meu colega de apartamento, que tanto fez para que nossa casa ficasse impecável para nossa convivência, e via minha vida que construiu naquele lugar escorrer pelas minhas mãos. Me despedi, peguei meus guias turísticos e meus materiais, e fui embora.

De acordo com PAPP, GERBELLI e MIDDLEJ, do Jornal G1 - Globo (2021), em sua matéria intitulada “**Em um ano de pandemia, 377 brasileiros perderam o emprego por hora**”⁸, a crise do Coronavírus deixou cicatrizes profundas nos Brasileiros, em seu auge, cerca de 1,4 mil brasileiros eram demitidos a cada hora, 89,5 milhões de pessoas estavam empregadas, 3,3 milhões a menos do que o período de abril de 2020, eu estava entre esses milhões de desempregados.

4.2.2. Após a tempestade

Quatro meses se passaram, após minha saída da SoroTur, mas as coisas pareciam estar tomando um rumo naquele início de agosto.

⁸ PAPP, GERBELLI e MIDDLEJ. **Em um ano de pandemia, 377 brasileiros perderam o emprego por hora**. SITE DO G1, GLOBO. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/07/24/em-um-ano-de-pandemia-377-brasileiros-perderam-o-emprego-por-hora.ghtml>>.

O inverno de 2021 havia sido rigoroso, em Piedade a temperatura chegava a 0 graus algumas noites anteriores, e os agasalhos longos faziam parte dos meus tediosos dias de desempregado. Estava preparando o almoço com a minha mãe quando vi uma publicação no Facebook, feita por uma colega do Curso de Turismo da UFSCar: “Amigos, aqui na Agência onde trabalho estamos contratando para a vaga de Agente de Viagens, se você gosta de trabalhar ouvindo música, esse é o lugar certo pra você”.

Preenchi o questionário solicitado pela Alura Travel, uma agência de turismo em Sorocaba cujo segmento é o Turismo rodoviário, grupos de excursão que todos os finais de semana iam para diferentes lugares, entre eles os mais famosos: Búzios e Arraial do Cabo, Cabo Frio, Rio de Janeiro, Balneário Camboriú com Beto Carrero World, Cidades Históricas de Minas Gerais e muitos outros.

Após uma tranquila entrevista e algumas horas de espera, fui informado da aprovação na entrevista. Tudo era novo de novo, a Agência da Alura Travel ficava no centro da cidade de Sorocaba, a empresa era familiar, gerida por três sócios que tiveram a ideia de fundar a sociedade com a intenção de oferecer pacotes de viagem rodoviários econômicos para os públicos C e D.

Ao adentrar na agência, você se depara com um chão de madeira e um balcão onde a Lídia, recepcionista e secretária da agência recebia os clientes fazia o atendimento inicial, e assim direcionar o cliente para um dos três agentes de viagens; Marília, Lúcio e eu⁹.

O aprendizado no novo emprego exigiu quebra de paradigmas e muita memória, afinal de contas eu precisaria decorar os pacotes e datas de saídas; o site da empresa possuía em seu calendário mais de 40 saídas para aquele final de 2021, o verão estava próximo e a procura por pacotes para o litoral aumentava consideravelmente. Logo na primeira semana realizei mais de uma centena de atendimentos, via internet ou presencialmente. Os atendimentos eram feitos quase de forma rápida. Um após o outro os clientes iam tirando suas dúvidas, solicitando pacotes e fechando contratos dos mais diversos pacotes. Foi então que me deparei novamente com a remarcação de pacotes.

Porém, na Alura Travel as coisas funcionam de forma diferente: Para os pacotes rodoviários cancelados durante a pandemia, um crédito no valor integral do pacote era gerado no sistema, e o cliente possuía o direito de utilizá-lo até dezembro de 2022, ou, caso deseje-se

⁹ Nomes fictícios criados para preservar a identidade das pessoas envolvidas nos relatos.

o reembolso dos valores, deveria aguardar pelos prazos agora prorrogados pela Lei 14.186/21, que estendeu até 31 de dezembro de 2022, em razão dos efeitos da pandemia de Covid-19, o prazo para remarcações e reembolsos nos setores de turismo e cultura, portanto, para todos aqueles que desejavam ter o reembolso de seus valores, tanto para pacotes aéreos quanto para pacotes rodoviários, a regra era a mesma.

O texto teve origem na Medida Provisória 1036/21¹⁰ e foi sancionado sem vetos pelo então presidente da época, Jair Bolsonaro. (Agência Câmara de Notícias, 2021).

Entre as centenas de mensagens que eu recebia semanalmente nos meses que decorreram o meu trabalho na Alura Travel, um caso teve destaque:

Era início de semana, recebi uma solicitação de remarcação de um pacote aéreo que havia sido vendido pelo funcionário que substitui quando entrei na agência, portanto cabia a mim a função de resolver os problemas da cliente em questão. A cliente havia adquirido, junto de seu marido, um pacote para Maceió, no final do ano de 2019, e por conta da pandemia seu pacote foi cancelado. O marido da cliente em questão havia falecido algumas semanas antes, e ela queria remarcar o pacote, adicionando sua irmã no lugar de seu falecido marido. Após horas aguardando pelo atendimento da Azul Viagens, Operadora de Turismo que havia sido a intermediadora dos produtos adquiridos pela cliente, recebi a resposta de que infelizmente não poderia ser alterado o pacote em questão, pois configura em alteração e conseqüentemente valores de diferença poderiam ser cobrados. Mesmo com atestados de óbito e várias tratativas na intenção de auxiliar a cliente, não obtive sucesso, a CIA aérea e a operadora estavam inflexíveis. Ao informar a passageira sobre a situação, recebi ameaças de processo e ouvi que meu esforço para a ajudar não havia sido suficiente, de acordo com ela, nós enquanto agência de viagens estávamos tentando roubar seu dinheiro.

A sétima questão na entrevista realizada com os agentes de viagem os questionou sobre a situação mais difícil que estes haviam enfrentado no período da pandemia, tendo como resultado casos variados, que vão desde passageiros com voos cancelados quando os mesmos já estavam no aeroporto a clientes que não podiam descer dos navios de cruzeiro por conta da quarentena, os relatos contidos nessa questão se relacionam perfeitamente com o relato a seguir, porque resume que independente dos inúmeros fornecedores e processos de

¹⁰ CONGRESSO NACIONAL. **Medida Provisória 1036/21**. SITE DO CONGRESSO NACIONAL, 2021. Disponível em: <[https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/147571#:~:text=Alterar%20a%20Lei%20n%C2%BA%2014.046%2C%20de%202020%20\(oriunda%20da%20MPV,cultura%2C%20prorrogando%20por%2012%20meses](https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/147571#:~:text=Alterar%20a%20Lei%20n%C2%BA%2014.046%2C%20de%202020%20(oriunda%20da%20MPV,cultura%2C%20prorrogando%20por%2012%20meses)>.

logística presentes até o serviço final que atenderá o cliente, este irá entrar em contato diretamente com o agente de viagens quando um problema surgir, portanto não importa a complexidade do imprevisto, o profissional que realizou o atendimento direto ao passageiro deve estar preparado para resolvê-lo.

Talvez um dos problemas mais difíceis de se lidar enquanto agente de viagens, subjetivamente falando, seja justamente a responsabilidade que se assume com um cliente quando se vende um produto ou serviço, porque independente de quem seja o fornecedor, a agência de viagem é o contato direto com o cliente final, e todos os problemas que surgirem no decorrer do processo da pré viagem, durante a viagem e do pós viagem será, na visão do cliente, responsabilidade do agente de viagens que vendeu o produto, mesmo que isso não seja totalmente verdade.

Alguns dias depois do referido atendimento, recebi uma ligação de um advogado que falava em nome da cliente que havia solicitado a mudança de passageiro por conta de seu falecido marido. O magistrado procurava saber quais estavam sendo as questões que impediam a Azul Viagens de realizar a mudança no pacote, e se havia uma forma dele mesmo entrar em contato com a operadora. Expliquei a ele sobre essa questão, e inclusive dei a ele o número da operadora, alertando-o sobre as horas que ele esperaria para ser atendido. Nada que eu tivesse feito teria amenizado a situação que viria depois de todo esse caso; um processo foi aberto contra a agência, e a passageira pedia o valor de indenização de R\$40.000,00 por danos morais, alegando que a Alura Travel estava negando o seu direito de realizar sua viagem.

O processo continua em andamento após um ano e sete meses sem negociações frutíferas e sem conclusões satisfatórias para ambas as partes, esse é apenas um dos mais de dez casos de processos que presenciei nos um ano e seis meses que permaneci na Alura Travel.

De todas as remarcações que ainda estavam pendentes, as remarcações de cruzeiros da MSC talvez fossem as mais complicadas de se resolver no final de 2021, afinal de contas as temporadas de cruzeiros no Brasil estavam sendo canceladas, não havia certeza sobre o que seria das próximas temporadas e dos cruzeiros remarcados pelos clientes que já haviam sido prejudicados durante a pandemia.

Um dos agentes de viagens, Lúcio¹¹, da Alura Travel relatou suas experiências durante a pandemia, permitindo um vislumbre do seu dia a dia e dos desafios:

“Durante a pandemia, como agente de viagens, enfrentei inúmeras dificuldades e desafios relacionados à remarcação de passagens aéreas. O impacto inicial foi avassalador, com um aumento significativo no volume de solicitações de alteração de voos, à medida que restrições de viagem eram impostas e fronteiras se fechavam. Uma das principais dificuldades foi a constante mudança das políticas de remarcação de cada companhia aérea. Cada empresa tinha suas próprias regras e condições, o que tornou o processo complexo e demorado. Informações que eram válidas em um dia podiam não ser mais aplicáveis no dia seguinte, gerando incertezas para nossos clientes e para nós mesmos. Negociar com as companhias aéreas também se mostrou desafiador. Algumas empresas foram compreensivas e ofereceram opções flexíveis, como remarcação ou créditos para futuras viagens. No entanto, outras se mostraram inflexíveis, o que gerou momentos de tensão ao tentar encontrar soluções adequadas para nossos clientes. O estresse e a pressão foram uma constante durante esse período. A necessidade de atender às demandas dos clientes, ao mesmo tempo em que lidamos com informações em constante mudança, tornou o trabalho extremamente desafiador. Para lidar com essa situação, buscamos apoiar uns aos outros na equipe, compartilhando informações e estratégias para encontrar as melhores soluções possíveis. É importante destacar que manter uma comunicação clara e constante com nossos clientes foi essencial. Procuramos estar disponíveis para oferecer suporte e orientação em todas as etapas do processo de remarcação, compreendendo a ansiedade e frustração que muitos deles enfrentaram diante das incertezas. Em resumo, a remarcação de passagens aéreas durante a pandemia foi uma experiência desafiadora e, ao mesmo tempo, enriquecedora como agente de viagens. Aprendemos a adaptar nossas práticas e habilidades de negociação, buscando sempre o melhor para nossos clientes em meio a um cenário de constante mudança e incertezas”.

Os meses passaram e após diversos de guaiamentos por lugares deslumbrantes como Ouro Preto, Mariana, Curitiba, Blumenau, Pomerode, Ilha do Mel, o monitor e agente de viagens Gabriel estava realizado, apesar das remarcações e resquícios que haviam ficado oriundos da pandemia.

Após mais de um ano de empresa, eu sentia que não havia mais o que aprender, as vendas estavam se tornando mais difíceis com o passar dos meses por conta dos valores que

¹¹ Nome fictício criado para preservar a identidade do entrevistado.

estavam voltando a subir, e em janeiro de 2023, após 20 dias de férias, eu estava mais ambicioso do que nunca.

4.2.3 O bom filho à casa torna

Após alguns desentendimentos e processos de desgaste na empresa, resolvi conversar sobre minha situação com o meu antigo chefe da SoroTur, que no mesmo instante me informou sobre uma vaga que havia surgido na unidade do Centro, na sede da SoroTur. Como uma promessa que me havia sido feita lá em abril de 2020, abri meu pedido de aviso prévio em 18 de Janeiro de 2023, data que coincidiu com meu primeiro dia na Soneytur em 18 de Janeiro de 2020, era como se eu estivesse fechando um ciclo para voltar a empresa que tanto valorizava pelo seu nicho de clientes e forma personalizada de realizar atendimentos. Dentro do período de um mês eu estaria voltando a SoroTur muito mais experiente, muito mais corajoso.

Os resultados obtidos com as respostas da oitava questão, que abordou a procura dos agentes de viagem pós pandemia, teve diversas visões apresentadas; houveram aqueles que relataram a imediata procura dos agentes de viagem por parte de clientes prejudicados pelo serviço de outras facilitadoras, assim como aqueles que relataram que os preços apresentados pelas mesmas ainda é um fator de importância para os clientes que escolhem entre um serviço e outro, sendo assim, no relato a seguir é apresentado mais um dos cenários que se estabeleceu no pós pandemia, com a reabertura dos países para o turismo no final de 2022, e início de 2023.

Na SoroTur, tive um contato mais próximo com as vivências dos agentes de viagens pós pandemia, em seus desafios diários, tornava-se nítido o nosso maior concorrente: As facilitadoras; **Suzana**¹², uma das agentes de viagens da SoroTur permitiu que esse breve relato sobre as cobranças de valores agencia x internet fossem adicionadas ao presente trabalho:

“Há bastante tempo recebo clientes com preços de internet, site de milhas, entre outros solicitando preços melhores. Não há problema algum em pesquisar, comparar e decidir pelo que é melhor para você, contato que entenda a diferença dos serviços prestados. Não é a mesma coisa comprar em uma agência e na Internet. A Internet

¹² Nome fictício criado para preservar a identidade do entrevistado.

não te explica sobre o destino, não tira suas dúvidas sobre documentação, não indica a opção de hospedagem ou passeio que é melhor para você e sua família. Quando você precisa fazer uma alteração, não é a Internet que resolve pra você. A Internet não faz seu check-in domingo à noite. A Internet não disponibiliza um telefone 24hs pra você ter um atendimento imediato caso precise durante a sua viagem. A Internet não tem os custos de um espaço físico confortável pra te receber com um café fresquinho e os ouvidos atentos para entender os seus sonhos. A agência nem sempre terá o preço menor que a internet, mas sempre oferecerá o valor maior”.

Como relatado nesse compilado de relatos de minha experiência como agente de viagens, reuniu uma série de vivências tanto nas passagens aéreas, quanto nas emissões e remarcações de cruzeiros, quanto na experiência do turismo rodoviário. É necessário compreender que de podem existir lacunas a serem preenchidas nas técnicas e treinamentos aplicados aos agentes de viagens. Durante todo o processo de aprendizado, muitas noções de processos aconteciam como consequências de erros cometidos, estávamos aprendendo com os erros e adquirindo conhecimento de como lidar com cancelamentos e remarcações de forma imediata.

O agente de viagens pode ser visto como uma figura importante durante a pandemia, quando consideramos os cenários subjetivos apresentados, pois teve um papel importante na garantia da segurança e bem-estar dos viajantes. Com as mudanças constantes nos requisitos de entrada nos países, leis sobre restrições de voos e instruções para o isolamento social, o agente de viagens teve como função o auxílio aos passageiros. O agente de viagens deve estar preparado para resolver quaisquer tipos de problemas que surgirem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O Agente de Viagens pode ser considerado figura essencial quando observa-se o trabalho de orientação que foi necessário para os clientes que tiveram suas viagens canceladas e remarçadas por mais de um ano, ao orientar o cliente, o agente de viagens precisou adquirir conhecimentos diariamente para suprir as necessidades de informação de suporte no início da pandemia da Covid-19. Como evidenciado nos relatos contidos na autoetnografia e nas entrevistas realizadas com os agente de viagens, o trabalho realizado pelas facilitadoras e demais empresas de vendas de passagens de baixo custo e hospedagens econômicas se diferencia do trabalho personalizado e de constante suporte prestado pelos agentes de viagens,

assim como, tendo em vista a necessidade de um profissional que saiba lidar com situações e problemas inesperados, cancelamentos de pacotes e processos oriundos de trâmites relacionados a períodos de crise no turismo, mostrou a importância do agente de viagens na região da cidade de Sorocaba. Também se analisa a necessidade de um processo de treinamento dos profissionais de turismo, incluindo o agente de viagens, para que seja possível uma preparação prévia para enfrentar problemas futuros que possam se assemelhar à ameaça global que foi a pandemia da Covid-19.

A autoetnografia se tornou uma ferramenta de análise essencial para que pudesse criar um cenário subjetivo de relatos com detalhes importantes para a compreensão das situações vividas por um profissional do turismo durante o período, seus pensamentos, sentimentos e receios. A antropologia se tornou crucial para a compreensão das questões humanas envolvidas em uma área muitas vezes vista com os olhos do mercado e do capital.

Além disso, por meio dos artigos, documentos e livros contidos na base bibliográfica deste trabalho, pode se ter acesso a processos de precarização do trabalho, em diferentes e subjetivos níveis, no turismo, não somente no agenciamento de viagens, mas também em outros setores. Postos de trabalho não regulamentados, irregulares, não registrados, colocando a mostra mais do que a necessidade de regulamentação da profissão, mas também a importância do estudo do cenário que se estabelece em tempos de crise, cujo trabalhador pode vir a procurar formas de obter renda mesmo que isso custe sua autoestima e identidade em meio a sociedade.

Por fim, deve-se considerar que o campo de pesquisa estudado não abrange muitas informações sobre a real visão do público sobre o agente de viagens, abrindo espaço para pesquisas que deem foco na procura das agências de viagens nos pós pandemia.

Desenvolver um trabalho etnográfico é de fato desafiador quando se entende que os relatos que serão utilizados para embasar um problema central, uma fonte de pesquisa e uma argumentação que se pretende utilizar para desenvolver um trabalho científico depende quase que exclusivamente da capacidade de transferir os sentimentos, as impressões, a criticidade e as avaliações do que se viveu de forma a transportar o leitor para o papel do observador que ludicamente caminha pelas diferentes ramificações temporais que são criadas durante o transcorrer das páginas. Nas reuniões com a orientadora do presente trabalho, estabeleceu-se de a autoetnografia seria a melhor forma de relatar tais acontecimentos utilizando da etnografia associada ao *self*, ao eu, a riqueza dos relatos e da experiência pessoal, sem

desconsiderar as bases bibliográficas básicas necessárias para o desenvolvimento de tal trabalho.

O presente trabalho não pode, nem deve ser interpretado como um artigo que define fatos incontestáveis, por trazer questões subjetivas as experiências vividas na profissão, mas em contrapartida pode ser usado como precursor de trabalhos que dependam de bases e relatos que direcionam a estudos e artigos sobre o agenciamento de viagens em períodos de crise, especialmente durante a covid-19.

Tendo como base os relatos, as entrevistas e a compreensão deste documento como um auxiliador na compreensão do que é o processo de aprendizado em épocas onde o suporte de conhecimento se faz tão necessário, deixo em aberto a possibilidade de seguir com o presente tema em artigos futuros, ou a quem desejar utilizar deste como fonte de inspiração para novos caminhos a serem seguidos dentro do agenciamento.

Concluo que o agenciamento de viagens é processo constante de aprimoramento de técnicas que se tornam mais e mais sofisticadas de acordo com a necessidade de se aprofundar e se dedicar ao atendimento ao cliente, ao suporte de qualidade e a segurança máxima dos valores investidos, do tempo despendido e da carga emocional que é depositada em cima das expectativas em relação a viagem.

Ao profissional do turismo é reservado o fato de que sem a regulamentação de sua profissão, casos de desvalorização e a falta de mão de obra tecnicamente qualificada em situações de emergência por parte dos fornecedores continuará sendo realidade, para que se oriente melhor as problemáticas e os conflitos de agora em diante, pode ser necessário uma mudança nas estruturas que regem os pré requisitos para se trabalhar dentro do turismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANTIM, N.; MACIEL COSTA, M. A.; DE OLIVEIRA SILVA, M. **Precarização do trabalho no setor de eventos: um estudo inicial sobre os impactos para os trabalhadores e empresas**. Revista de Turismo Contemporâneo, v. 9, n. 1, p. 1–23, 11 dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/21645/13521>.

BRASIL. Medida provisória nº. 948, de 8 de abril de 2020. Brasília: Presidência da República, 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv948.htm. Acesso em: 15 jul. 2020.

BRASIL. **Lei nº 14.020, de 6 de julho de 2020.** Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda; dispõe sobre medidas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus, de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020; altera as Leis nos 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.101, de 19 de dezembro de 2000, 12.546, de 14 de dezembro de 2011, 10.865, de 30 de abril de 2004, e 8.177, de 1º de março de 1991; e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2020.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Lei/L14020.htm. Acesso em: 22 jul. 2020.

CNN BRASIL. **Clientes prejudicados e queda do CEO: entenda o caso Hurb.** CNN Brasil, São Paulo, 25 de abril de 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/clientes-prejudicados-e-queda-do-ceo-entenda-o-caso-hurb/>. Acesso em: 20 de maio de 2023.

DANTAS, J. C. de S. **Qualidade do atendimento nas agências de viagens: uma questão de gestão estratégica.** 2. ed. São Paulo: Roca, 2008.

FARIAS DE LUNA, Hugo. **Precarização do Trabalho e informalidade: Um estudo no setor turístico da grande João Pessoa.** João Pessoa, 2017. Disponível em <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/3988/1/HFL18042018.pdf>.

G1 ECONOMIA. **Caso Hurb aumenta insegurança no mercado de agências de viagem: saiba o que deve acontecer agora.** G1, São Paulo, 28 abr. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/04/28/caso-hurb-aumenta-inseguranca-no-mercado-de-agencias-de-viagem-saiba-o-que-deve-acontecer-agora.ghtml>. Acesso em: 22 de Maio de 2023.

GORNI, P. M.; DREHER, M. T.; MACHADO NETO, D. D. P. **Inovação em serviços turísticos: a percepção desse processo em agências de viagens.** Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo. Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 1-14, mar. 2009.

GUARDIA, Mabel Simone; BORGES, Aylana Laissa. **As agências de viagens e turismo: um estudo das publicações em periódicos de turismo entre os anos 2006-2011.** Turismo: Estudos e Práticas - UERN, Mossoró/RN, vol. 1, n. 2, p. 160-190, jul./dez. 2012.

JOSSO, Marie-Christine. **A transformação de si a partir da narração de histórias de vida.** Educação, V. 30, n. 63, pp. 413-438, 2007.

JOSSO, Marie-Christine. **O corpo biográfico: corpo falado e corpo que fala.** Educação & Realidade, v.37, p.19-31, 2012.

KUSS, A. C., & MEDAGLIA, J. (2022). **Turismo e tecnologia de informação: das agências tradicionais às travel techs.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, 16, e-2668, 2022. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2668>

MACHADO, Ana Flavia; HIRATA, Guilherme Issamu. **Conceito de Informalidade/formalidade e uma proposta de tipologia:** subtítulo do livro. 1 ed.: IPEA, 2007. p. 23-26.

MACHADO, A. F.; PENIDO, M. **Análise de sobrevivência na posição de trabalhador por contoprópria no Brasil metropolitano** (1997 a 2001). ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS DO TRABALHO, 9, 2005, Recife. Anais. São Paulo: Abet, 2005.

MENEZES, Pedro. **Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) calcula que até 75 milhões de empregos em turismo e viagens estão em risco**. Mercado e Eventos. 26 de Março de 2020. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/empregos/coronavirus-impacto-no-turismo-de-us-21-trilhoes-ameaca-75-milhoes-de-empregos/>. Acesso em 12/09/2022.

NUNES, Edson de Oliveira (org.). **A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. RJ: Zahar, 2019. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=3270626&forceview=1>.

OLIVEIRA, J. E. S.; RESENDE, M. G. **As mudanças no turismo com o advento da tecnologia de informação**. Revista de Iniciação Científica – Cairu, Salvador, n. 1, jun. 2014. Disponível em: www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/10_MUDANCAS_TURISMO.pdf.

PORTAL DA CÂMARA DOS DEPUTADOS (camara.leg.br): **LEI Nº 14.046, DE 24 DE AGOSTO DE 2020**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2020/lei-14046-24-agosto-2020-790563-publicacaooriginal-161354-pl.html>. Acesso em 19/10/2022.

PORTAL PERIÓDICOS CAPES. Disponível em: <https://www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em: 22 de Dez. de 2022.

SANTOS, S. M. A. (2017). **O método da autoetnografia na pesquisa sociológica: atores, perspectivas e desafios.** Plural, 24(1), 214-241. <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcs.2017.113972>

SHELLER, M. (2020). **Reconstructing tourism in the Caribbean: connecting pandemic recovery, climate resilience and sustainable tourism through mobility justice.** Journal of Sustainable Tourism, p. 1-14. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1791141>

TORRE, Francisco de La. **Agências de viagens e transportes.** São Paulo: Roca, 2003.

TOMELIN, C. A. Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias. São Paulo: Aleph, 2001.

ANEXOS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS CENTRO DE CIÊNCIAS DE
HUMANAS E BIOLÓGICAS (CCHB)
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (Resolução CNS 510/2016 – CEP/ UFSCar)

TURISMÓLOGOS NO OLHO DO FURACÃO: O COTIDIANO DO AGENTE DE VIAGENS NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19.

Eu, Gabriel Antonio de Oliveira Cardoso, estudante do Curso de Turismo da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar a (o) convido a participar da entrevista

referente à pesquisa intitulada: Turismólogos no olho do Furacão: O cotidiano do agente de viagens no período da pandemia da COVID-19, orientada pela Profa. Dra. Vanda Aparecida da Silva.

Resumo do projeto:

A partir das experiências vividas pelo autor do presente trabalho durante a execução de suas funções como Agente de Viagens em duas empresas diferentes, notou-se a evidência de que o trabalho do Agente de Viagens foi de extrema importância para aqueles que adquiriram um pacote de viagens, passagem aérea ou serviço de turismo durante o período da pandemia da Covid-19, e por consequência teve o mesmo cancelado. A partir disto, definiu-se como objetivo da pesquisa identificar por meio da autoetnografia e dos relatos obtidos por meio de entrevistas, as situações em que o trabalho do Agente de Viagens foi crucial, em contrapartida ao serviço prestado pelas facilitadoras (1,2,3 Milhas, Hotel Urbano e Decolar.com) que deixaram, como representado por inúmeras reclamações presentes em sites como o ReclameAqui, uma quantidade grande de clientes sem suporte, sem orientação e sem o reembolso previsto por lei. O mesmo vale para aqueles que adquiriram por conta própria estes serviços e não possuíam conhecimento técnico suficiente para reivindicar seus direitos e um suporte adequado.

A entrevista será individual e realizada em formato presencial. As entrevistas serão focalizadas no tocante ao objeto de pesquisa, sendo livre e voluntária toda a participação.

A entrevista pretende percorrer a trajetória profissional da (do) entrevistada (o), as dificuldades vivenciadas durante a pandemia da COVID-19, tendo como objetivo o relato do dia a dia do agente de viagens.

Serão garantidas pausas nas entrevistas e a liberdade de recusar ou quando a considerarem constrangedoras, sob qualquer motivo e sem a necessidade justificção para tal, inclusive a liberalidade de interromper a entrevista a qualquer momento e a sua desistência, não havendo penalização para tal ato. Caso seja solicitada a desistência de participação, ainda que esteja iniciando a entrevista, basta manifestar sua intenção que será prontamente atendida, e no caso de a entrevista estar agendada, o envio de e-mail solicitando a desistência é o suficiente.

Caso haja a ocorrência de qualquer dano à imagem do (a) participante, há existência legal de garantia de ressarcimento e cobertura das despesas, pelo tempo que for necessário, ainda que a entrevista seja realizada remotamente.

Todas as informações contidas nas entrevistas serão aplicadas ao presente trabalho de conclusão de curso, sendo assim o entrevistado consente na publicação das mesmas com os

devidos direitos garantidos, e caso deseje manter o anonimato, este será integralmente garantido.

A entrevista terá em média 30 minutos e pode sofrer variações a depender do tempo de cada entrevistado para responder as perguntas.

Solicito sua autorização para gravação de voz das entrevistas. As gravações realizadas durante a entrevista serão transcritas pelo pesquisador, garantindo que se mantenha o mais fidedigno possível. Você poderá ter acesso às transcrições.

Sua participação é voluntária e não haverá compensação em dinheiro pela sua participação. Você receberá uma via deste termo (via e-mail), no corpo do texto, a qual deverá preencher com suas informações (no próprio corpo do texto do e-mail) e, na sequência, encaminhar a resposta ao pesquisador. Há total liberdade em salvar o arquivo a fim de guardar o registro de seu consentimento ou optar em ter o acesso ao registro do consentimento sempre que solicitado. Você poderá tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação agora ou a qualquer momento.

Sua participação nessa pesquisa auxiliará na obtenção de dados que poderão ser utilizados para fins científicos, proporcionando maiores informações e discussões que poderão trazer benefícios para a área do turismo.

Caso você tenha dúvidas e/ou perguntas sobre seus direitos como participante deste estudo, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) da UFSCar que está vinculado à Pró Reitoria de pesquisa da universidade, localizado no prédio da reitoria (Área Sul do *Campus* São Carlos). Endereço: Rodovia Washington Luís Km 235 - CEP: 13.565-905 - São Carlos-Sp. Telefone: (16) 3351-9685. *e-mail*: cephumanos@ufscar.br. Horário de atendimento: das 08:30 às 11:30. O CEP está vinculado à Comissão Nacional De Ética Em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional De Saúde (CNS), e o seu funcionamento e atuação são regidos pelas normativas do CNS/CONEP.

A CONEP tem a função de implementar as normas e diretrizes regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, aprovadas pelo CNS (Conselho Nacional de Saúde), também atuando conjuntamente com uma rede de Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) organizados nas instituições onde as pesquisas se realizam. Endereço: SRTV 701, via W5 norte, Lote D - Edifício nº 700, 3º andar - asa norte - CEP: 70719-040 - Brasília - DF. Telefone: (61) 3315- 5877, *e-mail*: conep@saude.gov.br.

Dados para contato (24 horas por dia e sete dias por semana):

Pesquisador Responsável: Gabriel Antonio de Oliveira Cardoso

Endereço: Rua Luiza de Carvalho, 156, Jd. Pagliato. Apto 63 Bloco A.

Contato telefônico: +55 (15) 99713-0589 , e-mail:
gabriel.cardoso@estudante.ufscar.br

Declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Assinatura do pesquisador

assinatura do entrevistado (a)

ENTREVISTA – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TURISMÓLOGOS NO OLHO DO FURACÃO: O COTIDIANO DO AGENTE DE VIAGENS NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19.

- 1. Levando em consideração sua experiência em Agenciamento de Viagens, quais são os atributos necessários para um Agente de Viagens competente?**
- 2. No período da Pandemia da Covid-19, o Ministério do Turismo/Governo Federal ofereceram suporte legislativo para amenizar os efeitos da crise?**
- 3. Sobre os cancelamentos e remarcações de pacotes/voos: Você acredita que suas habilidades técnicas foram suficientes para lidar com esses percalços? Em caso de resposta negativa, justifique quais quesitos acha que poderiam ter sido necessários para lidar com tais situações.**
- 4. Quais foram os argumentos usados por você para amenizar a insatisfação do cliente referente a voos remarcados/cancelados?**
- 5. Você acredita que o papel do Agente de Viagens se mostrou essencial durante o período da pandemia e o período de remarcação das viagens?**

- 6. Em comparação com o serviço prestado pelas Facilitadoras (1,2,3 Milhas, Decolar.com, Hotel Urbano e etc.), você acredita que o trabalho do Agente de Viagens está ameaçado?**

- 7. Qual foi a situação mais complicada de lidar durante o período da pandemia?**

- 8. Você acredita que a partir de agora as pessoas irão procurar mais os serviços prestados pelas Agências de Viagens?**

- 9. Para situações que se assemelham a pandemia da Covid-19: O que você acha que seria necessário para combater os impactos causados no Agenciamento de Viagens de uma forma mais eficaz?**