

DOSSIÊ TEMÁTICO

SEMINÁRIO VIRTUAL PERSPECTIVAS CRÍTICAS SOBRE O TRABALHO NO TURISMO

**TRABALHO, PRECARIZAÇÃO E CONTROLE IDEOLÓGICO NA
ECONOMIA DO TURISMO**

Jean Henrique Costa¹

Resumo: Este estudo objetiva discutir uma dimensão específica das atuais condições e relações de trabalho imperantes na economia do turismo, notadamente, as problemáticas do *sequestro da subjetividade* (Faria & Meneghetti, 2007) e da *captura da subjetividade sob o capitalismo manipulatório* (Alves, 2008; 2011). O estudo mostra que a precarização do trabalho vigente entre os agentes de viagens segue a tendência estrutural do mundo do trabalho, contudo agravada pela necessidade de alta qualificação profissional e de excelência nos serviços imposta a uma massa de trabalhadores em situação de grande precarização. Verifica-se certo ajustamento do trabalhador ao imaginário da empresa; um sentimento de indispensabilidade e de merecimento pelo esforço e mérito; adesão e envolvimento com o todo organizacional, materializado pelo trabalho em equipe; a crença na colaboração efetiva do trabalho; e sentimento de entrega, doação e comprometimento. Isso termina requerendo trabalhadores que precisam vender sua personalidade (Mills, 1969) e sorrir de modo sempre agradável, amigável e empenhado para os clientes (Hochschild, 1990), não obstante a enorme degradação das condições e relações de trabalho imperantes nos muitos setores da atividade turística.

Palavras-chave: trabalho; turismo; precarização; subjetividade; agentes de viagens.

1. Introdução

Este estudo objetiva discutir uma dimensão específica das atuais condições e relações de trabalho imperantes na economia do turismo, notadamente, as problemáticas do *sequestro da subjetividade* (Faria; Meneghetti, 2007) e da *captura da subjetividade sob o capitalismo manipulatório* (Alves, 2008; 2011). Busca-se, com este escrito², pensar formas de refinamento e expansão da intensificação da exploração do trabalho turístico no capitalismo de acumulação flexível (Harvey, 1994), de curto prazo (Sennett, 2012), uberizado (Slee, 2017) e precariado (Standing, 2019), tendo o novo proletariado de

¹ Sociólogo e Doutor em Ciências Sociais. Professor da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). E-mail: prof.jeanhenriquecosta@gmail.com / <https://orcid.org/0000-0002-8091-2418>

² Aqui reproduzido às vezes em primeira pessoa, por razão da comunicação oral no *I Seminário Virtual Perspectivas Críticas sobre o Trabalho em Turismo (2020)*.



serviços (Antunes, 2019³) como palco para se pensar as atuais metamorfoses presentes no mundo do trabalho.

A pesquisa se justifica em razão da necessidade de se pensar o turismo para além da lógica econômica, que aprisiona os sujeitos num mundo fetichizado e num esquema reificado de pensamento, tentando reduzi-los a uma mera condição objetiva de valor de troca. Destacamos que muitos discursos acadêmicos imperantes no “senso comum douto” (Bourdieu, 1989, p. 44) da atividade turística reproduzem a lógica instrumental do turismo como imperativo administrativo da qualidade total e do “trabalhador qualificado”, reforçando e ocultando a degradação do trabalho em prol da modernização dos serviços e da expansão da terciarização competitiva dos produtos turísticos. Contrariando esta perspectiva acrítica, este escrito visa desconstruir tais discursos ideológicos e descortinar a pauta neoliberal flexibilizante e degradante do trabalho. Tentamos aqui pensar o trabalho a partir de sua humanização “*para além do capital*” (retomando a expressão de István Mészáros), considerando o trabalho humano geral não como um mero apêndice dos processos de trabalho e criação de valor, mas como centro para o qual deveria partir todo o debate sobre os rumos de nossa civilização.

Logo, partimos da premissa de que a crise estrutural do capital (Mészáros, 2000) impulsiona processos de reestruturação produtiva e, portanto, de intensificação da superexploração do trabalho, criando e reproduzindo novas formas de exploração e de refinamento do controle (objetivo e subjetivo) sobre o trabalhador. Como bem destacou Marx, o motivo que impulsiona e determina a produção capitalista é a maior autovalorização possível do capital, necessitando, portanto, da maior superexploração do trabalho (Marx, 1983)⁴. Deste modo, no capitalismo de reprodução predominantemente toyotista, formas apuradas de gestão e controle do trabalho são implementadas visando o engajamento complacente do trabalhador com a agenda neoliberal. A lógica da rigidez fordista é substituída – sobretudo nas ocupações mais proativas e engajadas – por relações flexíveis e subordinadas, sempre abertas a um maior envolvimento do trabalhador com o capital, cedendo sua força de trabalho, seu tempo social e sua personalidade ao coletivo empresarial.

Deste modo, procuramos aqui pensar esse controle ideológico que passa a envolver o trabalhador empregado na atividade turística numa *autoalienação*⁵ (Mills,

³ “Entendemos que os trabalhadores e as trabalhadoras do setor de serviços (*call centers*, telemarketing, indústria de software e tecnologias de informação e comunicação, hotelaria, shopping centers, hipermercados, *fast-food*, grande comércio, entre tantos outros) encontram-se cada vez mais distantes das modalidades de trabalho intelectual que particularizam as classes médias e estão cada vez mais próximos do que denominamos novo proletariado de serviços” (Antunes, 2019, p. 19).

⁴ “O motivo que impulsiona e o objetivo que determina o processo de produção capitalista é a maior autovalorização possível do capital, isto é, a maior produção possível de mais-valia, portanto, a maior exploração possível da força de trabalho pelo capitalista” (Marx, 1983, p. 263).

⁵ Para Mills, tratando especificamente do trabalho dos chamados *colarinhos brancos*, “em muitas ocupações, a cortesia, a obsequiosidade e a amabilidade, antes traços do caráter individual, fazem parte agora dos elementos de uma profissão. Assim, a autoalienação acompanha a alienação do trabalho” (Mills, 1969, p. 19). Neste sentido, “quando arranjam um emprego os *colarinhos brancos* não vendem apenas seu tempo e energia, mas também, suas personalidades. Os trabalhadores vendem por semanas ou por mês o sorriso e



1969) e na necessidade intensa de um *trabalho emocional*⁶ (Hochschild, 1990), ocultando e camuflando a precarização do trabalho. Este controle ideológico termina abrindo caminho para a consolidação de um trabalhador sempre disponível, proativo, multi-tarefa e aberto a reproduzir a ideologia do sujeito como *capital humano* (Costa & Brandão, 2018)⁷. Por conseguinte, procuraremos aqui aprofundar essa problemática a partir de nosso estudo realizado com agentes de viagens na cidade de Mossoró/RN. Alguns relatos do estudo empírico, originalmente publicado na RTEP/UERN (Pereira, Costa & Barbosa, 2020), servirão como caso concreto para o levantamento das questões e inferências teóricas aqui elencadas.

2. Cartas na mesa! Contextualizando uma breve trajetória nos estudos sobre trabalho e turismo

Antes de iniciar a presente fala, gostaria de deixar explícito que a problemática que envolve turismo e trabalho possui um significativo trajeto em minha vida acadêmica, iniciada justamente com essa seara de pesquisa em princípios do ano 2000, quando ainda engatinhava nas incertezas teóricas de um imaturo graduando. Quando praticamente raríssimos pesquisadores – geralmente aqueles oriundos da geografia e das ciências sociais – ousavam apontar e discutir a precarização do trabalho em turismo, algo já me incomodava enquanto nascente sociólogo: o drama cotidiano da enorme e crescente massa de trabalhadores subocupados nos muitos rincões e setores de nosso precário, deprimido e contraditório turismo brasileiro.

Estudei, dentro de meus limites pertinentes a cada época, as condições e relações de trabalho vigentes no setor hoteleiro na cidade do Natal, capital do Rio Grande do Norte, RN (Costa, 2004⁸); a dinâmica incerta, informal e competitiva do trabalho dos *bugueiros* – passeio litorâneo de *buggy* – ligados ao turismo também em Natal (Costa, 2005⁹); mais

os gestos amáveis, e devem exercitar a pronta repressão do ressentimento e da agressividade. Esse traço pessoal tem relevância comercial [...] são necessários à distribuição mais rendosa dos bens e serviços” (Mills, 1969, p. 19).

⁶ Por trabalho emocional se entende o exercício de gerenciar o trabalho de tentar sentir o sentimento certo pelo trabalho, dado por uma necessidade “comercial” de sorrir de modo agradável, amigável e empenhado para os fregueses (Hochschild, 1990). A partir da obra de Hochschild, Padilha (2014, p. 333) define o *Trabalho Emocional* como “uma gestão das emoções no trabalho, tendo por objetivo criar uma fachada publicamente observável, de modo a gerar um comportamento esperado no cliente ou consumidor – que pode ser simpatia, amabilidade ou até raiva e medo, conforme for o caso. Aeroportos devem sorrir, cobradores profissionais devem fazer caretas, policiais devem fazer expressões sérias e até assustadoras. Os empregados do setor de serviços são chamados a gerir suas emoções, uma vez que estabelecem relações com os clientes”.

⁷ Costa, J. H.; & Brandão, T. S. (2018). Crítica ao conceito de capital humano, *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, EUMED, jul.

⁸ Costa, J. H. (2004). A atividade turística e a precarização das condições e relações de trabalho. In: Maia, L. F. S. (Org.). *Turismo: cultura, lazer e possibilidades de intervenções*. Natal: Banco do Nordeste, p. 117-129.

⁹ Costa, J. H. (2005). *Turismo e trabalho: no limiar da incerteza. O caso dos bugueiros no Rio Grande do Norte*. Monografia – Graduação em Ciências Sociais, UFRN.



tarde e em melhores condições, já no mestrado acadêmico em geografia, pude estudar a diferenciação das condições de trabalho no turismo potiguar através da distinção espacial entre 6 municípios litorâneos com desiguais níveis de desenvolvimento turístico, mostrando como a precarização do trabalho se acentua nos espaços menos desenvolvidos economicamente (Costa, 2008; 2010)¹⁰; em 2011, já como docente efetivo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), pude orientar e publicar o estudo sobre as condições de trabalho de empregados no turismo na praia de Canoa Quebrada/Ceará, apontando variáveis estruturais (renda, jornada de trabalho, contrato de trabalho etc.) que identificam níveis de precarização do trabalho (Costa & Cavalcante, 2011)¹¹; e, mais recentemente, orientei e conduzi um estudo sobre precarização e controle subjetivo de trabalhadores empregados em agências de viagens na cidade de Mossoró, interior do RN, buscando compreender, a partir do engajamento do trabalhador, o nível de submissão ao capital e suas ideologias colaborativas (Pereira & Costa, 2016; Pereira, Costa & Barbosa, 2020)¹².

No cerne desses estudos, algumas premissas que ilustram a precarização sempre estiveram muito presentes, dentre elas: que a precarização é algo marcante, dada por baixos salários e extensas e flexíveis jornadas de trabalho; apatia e baixos níveis de sindicalização; marcante feminização do trabalho; alta rotatividade da mão-de-obra (*turnover*); acentuada presença de jovens; grande informalidade, acentuando-se expressivamente nas pequenas e médias empresas de pequenos municípios; sazonalidade como fator de precarização, já que na baixa estação ocorre intensiva redução do uso da força de trabalho e ampliação dos vínculos informais (duração flutuante do trabalho de acordo com a demanda); flexibilização de pagamento por produtividade e bonificação; trabalho como interesse transitório (bicos); grande necessidade de qualificação, mesmo sem condições adequadas para o trabalho; e necessidade do uso do trabalho emocional¹³, buscando maior personalização no atendimento ao turista.

Essas condições e relações de trabalho revelam fortes marcas do precariado (Standing, 2019), implicando na ausência das sete formas de garantias relacionadas ao trabalho (ou de parte expressiva delas):

¹⁰ Costa, J. H. (2008). Políticas públicas, turismo e emprego no litoral potiguar. *Caderno Virtual de Turismo*, Vol. 8, Nº 2; Costa, J. H. (2010). Turismo, desenvolvimento desigual e relações de trabalho no litoral potiguar. In: Costa, J. H.; & Sousa, M. (Orgs.). *Política de Turismo e Desenvolvimento: reflexões gerais e experiências locais*. Mossoró, RN: Fundação Vingt-un Rosado, p. 39-68.

¹¹ Costa, J. H.; & Cavalcante, S. A. S. (2011). A canoa furada: condições e relações de trabalho no setor de hospedagem em Canoa Quebrada (CE). *Caderno Virtual de Turismo* (UFRJ), v. 11, p. 83-103.

¹² Pereira, G. A. P. R.; & Costa, J. H. (2016). Flexibilização e precarização do trabalho: um estudo nas agências de viagens em Mossoró/RN (Brasil). *TURyDES* (Málaga), v. 9, p. 1-14; Pereira, G. A. P. R.; Costa, J. H.; & Barbosa, R. B. (2020). Trabalho precarizado e sequestro da subjetividade: um estudo sobre formas de controle da subjetividade de agentes de viagens em Mossoró/RN. *Revista Turismo Estudos e Práticas*, v. 9, n. 2, p. 1-29.

¹³ Padilha (2014), ao problematizar acerca da obra de Hochschild, define o *trabalho emocional* (TE) “no sentido de ‘usar uma máscara’ [sendo] parte das tarefas do trabalhador de serviços, um recurso para ser usado no trabalho como venda de mão de obra. O TE é requerido dos trabalhadores de serviço que interagem com clientes e consumidores” (Padilha, 2014, p. 333).



1. Garantia no mercado de trabalho (oportunidades adequadas de renda-salário);
2. Garantia de vínculo empregatício (proteção para a durabilidade do trabalho);
3. Segurança no emprego (oportunidades para se manter no emprego);
4. Segurança do trabalho (proteção contra acidentes e doenças ocupacionais);
5. Garantia de reprodução de habilidade (oportunidades reais de qualificação);
6. Segurança de renda (renda adequável e estável; previdência social etc.);
7. Garantia de representação (sindicatos fortes e independentes).

Assim, diante dessas considerações iniciais sobre a temática a ser neste evento debatida, volto ao início deste breve século XXI e vejo que a problemática aqui discutida, apesar de alguns avanços, ainda é sumariamente marginal. Prontamente, pergunto-me: qual a razão para esse déficit de atenção para com uma problemática tão urgente? Embora não seja o objetivo desta fala, arrisco algumas hipóteses: a) os pesquisadores em turismo reproduzem, grosso modo e sobretudo após a massificação de turismólogos com mestrado e doutorado, uma lógica acadêmica notadamente empresarial (gestão, tecnologias, etc.), de modo que discutir o trabalho precário está fora de suas pretensões como gestores pró-capital; b) a própria carência formativa de muitos desses pesquisadores, que se limitam aos temas e literaturas próprias do turismo; c) e, não menos importante, uma parte desses pesquisadores reproduzem o *status quo* acadêmico, não tendo vivenciado – apesar de não ser condição essencial para se fazer “pesquisador” – o cotidiano laboral operacional do turismo. Mas essas hipóteses são para outro momento... Passemos ao ponto central.

Assim, podemos seguir adiante, e discutir exatamente o proposto: o conceito de sequestro da subjetividade (Faria & Meneghetti, 2007) e captura da subjetividade sob o capitalismo manipulatório (Alves, 2011) e como estes estão incrustados nas condições e relações de trabalho na atividade turística.

3. A subjetividade capturada: a lógica toyotista do engajamento total

Alves (2011) define a crise estrutural do capital como um processo crítico de formação do valor e, portanto, de crise de valorização do valor. Daí, a necessidade de novas condições para a exploração do força de trabalho assalariado, além da crescente financeirização da riqueza capitalista. Lembremos que Mészáros (2000) aponta que essa crise estrutural se expressa na manifestação do encontro do sistema com seus próprios limites intrínsecos. Somado a isso, Alves (2011) aponta que há um processo crítico de (de)formação humano-social, tendo o capital demonstrado sua incapacidade de realização de promessas civilizatórias para o bem-estar do ser humano. Para Alves (2011), a precarização do trabalho hoje imperante não é apenas uma precarização do trabalho como simples reprodução da força de trabalho como mercadoria, mas sim, uma precarização muito mais profunda do próprio ser humano. Há, conseqüentemente, uma



desefetivação do homem como ser genérico, implicando que o novo metabolismo social do trabalho implica novos modos de (des)constituição do ser humano¹⁴.

Assim, diferentemente do padrão fordista de gestão rígida do trabalho, para Alves (2011) tal processo de desefetivação, ampliado pelo toyotismo, conduz a uma crescente flexibilidade do trabalho, compreendida como sendo a plena capacidade de o capital tornar domável, complacente e submissa a força de trabalho (uma subsunção real muito mais avançada e desenvolvida). Exige-se do trabalhador determinadas atitudes proativas e propositivas, capazes de torná-lo membro do corpo coletivo empresarial e, com isso, cumprir com eficiência certas metas. Com isso, a nova empresa capitalista busca o trabalhador flexível, que trabalha tendo em vista ter uma plasticidade adequada às novas habilidades emocionais (e comportamentais) do novo mundo do trabalho (Alves, 2011).

Essa cumplicidade para com objetivos exteriores ao indivíduo expressam o maior domínio e controle do capital sobre o corpo e sobre a subjetividade do trabalhador. Faria e Schmitt (2007) aprofundam a questão ao discutir formas de controle social no âmbito das organizações. Para eles, esse controle social visa atingir não só o corpo físico dos trabalhadores, mas também sua subjetividade. Uma das estratégias utilizadas pelas organizações é exercer o controle sobre o indivíduo através dos vínculos que este estabelece com a organização. Trata-se de um controle sutil, quase sempre imperceptível e que se relaciona com os aspectos mais íntimos do indivíduo: seus desejos, sua necessidade de pertença, de filiação, de sentir-se amado e ser realizado. Faria e Schmitt (2007) mostram que cada vez mais a gestão nas organizações é exercida no sentido de sequestrar a subjetividade humana, para que assim possam alcançar seus objetivos de produtividade e lucro, já que para o capital é fundamental que os indivíduos-trabalhadores estejam engajados e, principalmente, que estabeleçam fortes laços afetivos.

Deste modo, para Faria e Meneghetti (2007), o indivíduo passa a estabelecer padrões de conduta para ser aceito nas organizações e aliviar a tensão estabelecida com a sociedade. É sobre esta perspectiva que nas relações de trabalho, que também são relações de poder e não só de produção, há uma busca por produzir um modo moral de ser, quase sempre apto a corresponder à expectativa de uma aceitação (conformação) social. “O indivíduo “doa” sua subjetividade, para que possa se tornar parte deste algo maior, criando uma nova relação de poder simbiótica em que as forças de dominação e submissão estão na sutileza do relacionamento” (Faria & Meneghetti, 2007, p. 87).

O sequestro da subjetividade por parte da organização consiste no fato desta apropriar-se, planejadamente, através de programas na área de gestão de pessoas, e de forma sub-reptícia, furtiva, às ocultas, da concepção de realidade que integra o domínio das atividades psíquicas, emocionais e afetivas dos sujeitos individuais ou coletivos que a compõem (trabalhadores, empregados) [...] A organização sequestra a subjetividade através de um tipo hábil de violência

¹⁴ “Através da redução e degradação dos seres humanos ao status de meros ‘custos de produção’ como ‘força de trabalho necessária’, o capital pode tratar o trabalho vivo homogêneo como nada mais do que uma ‘mercadoria comercializável’, da mesma forma que qualquer outra, sujeitando-a às determinações desumanizadoras da compulsão econômica” (Mészáros, 2000, p. 08).



psicológica e de manipulação do comportamento com o intuito de submeter o indivíduo aos seus valores (à sua ideologia) (Faria & Meneghetti, 2007, p. 90).

Deste modo, Alves (2008) aponta que a constituição dos novos consentimentos exigidos pelo toyotismo se dá por um intenso processo de manipulação da subjetividade do trabalho vivo (que é o conteúdo da “captura” da subjetividade). Assim,

O sócio-metabolismo do capital ocorre por meio do tráfico de valores-fetiches, expectativas e utopias de mercado que incidem sobre as instâncias intrapsíquicas. Na medida em que o toyotismo baseia-se em atitudes e comportamentos pró-ativos, a construção do novo homem produtivo utiliza, com intensidade e amplitude, estratégias de subjetivação que implicam a manipulação incisiva da mente e do corpo por conteúdos ocultos e semi-ocultos das instâncias intrapsíquicas (Alves, 2008, p. 224).

Portanto, captura e sequestro da subjetividade são condições estruturais para a obtenção do trabalhador flexível. Há, portanto, no capitalismo de acumulação flexível, um refinamento da exploração do trabalho, implicando na necessidade da existência de uma força de trabalho muito mais submissa, engajada e autodisciplinada. Logo, não se trata apenas da precarização das condições objetivas do trabalho, mas precarização da própria condição genérica do ser humano (Alves, 2011). Assim, o refinamento da toyotização do trabalho está criando cada vez mais a figura de um trabalhador desconectado, desenraizado e sem referências sólidas que o oriente a longo prazo. Cria-se, por conseguinte, a dominância do trabalhador sempre disposto a se envolver e se entregar a valores exteriores a sua condição de sujeito, sobretudo em contextos estruturais de intenso desemprego, precarização e concorrência interna nos mercados de trabalho.

Tentaremos, na seção seguinte, ilustrar como esse processo de cooptação ideológica se insere nas concretas relações de trabalho entre agentes de viagens, mostrando uma parte dessa dinâmica refinada e, portanto, mais efetiva, de subordinação do trabalho ao capital.

4. Controle, engajamento e captura da subjetividade entre agentes de viagens

Esta subseção recupera especificamente alguns relatos empíricos obtidos em um estudo já publicado¹⁵ (Pereira, Costa & Barbosa, 2020). Não obstante, aqui recebem novo texto e tratamento analítico complementar.

Para tanto, retomamos a noção de sequestro da subjetividade apontada por Faria e Meneghetti (2007, p. 98) e suas cinco formas básicas de sequestro da subjetividade por parte das organizações:

¹⁵ A metodologia empregada neste estudo qualitativo pode ser lida em: Pereira, G. A. P. R.; Costa, J. H.; & Barbosa, R. B. (2020). Trabalho precarizado e sequestro da subjetividade: um estudo sobre formas de controle da subjetividade de agentes de viagens em Mossoró/RN. *Revista Turismo Estudos e Práticas*, v. 9, n. 2, p. 1-29 (<http://natal.uern.br/periodicos/index.php/RTEP/article/view/2181>).



Formas de Sequestro da Subjetividade: **i.** sequestro pela identificação: refere-se à condição de ajustamento ao imaginário instituído pela organização que faz com que o trabalhador o considere como parte de si; **ii.** sequestro pela essencialidade valorizada: refere-se ao sentimento, alimentado pelo trabalhador, de indispensabilidade por motivo de merecimento, de crença no reconhecimento, pela organização, de seus méritos; **iii.** sequestro pela colaboração solidária: refere-se ao desenvolvimento de atitudes voltadas para a contribuição, pelo trabalhador, para com os projetos organizacionais, através da adesão, do vínculo, do apoio e do envolvimento com os grupos de trabalho; **iv.** sequestro pela eficácia produtiva: refere-se à crença, pelo trabalhador, na colaboração efetiva para com a obtenção de melhores resultados do que aqueles previamente pretendidos; **v.** sequestro pelo envolvimento total: refere-se ao sentimento de entrega, pelo trabalhador, à sedução e ao encantamento proporcionado por valores oferecidos pela organização, que atuam como aliciantes de comprometimento (Faria & Meneghetti, 2007, p. 98).

Diante do trecho acima, apontamos que nos múltiplos, contraditórios e resistentes processos de captura e sequestro da subjetividade, as cinco formas assinaladas foram percebidas dentre os agentes de viagens. Nem sempre há uma explícita adesão discursiva entre a forma de sequestro e a fala do agente de viagem, mas torna-se perceptível a vinculação entre alguns elementos dos depoimentos e a forma como aderem ao engajamento organizacional.

Seguem as formas de sequestros (captura) da subjetividade no trabalho e alguns relatos correspondentes:

1 Sequestro pela identificação

“Acho que a empresa me valoriza e me considera importante para ela. Eu tenho algumas qualificações, coisas que considero diferenciais, tenho uma formação superior e tudo isso agrega valor à minha função, tenho algumas coisas que outras pessoas não tem”.

“[...] eu me sinto parte da empresa, porque sei que ela depende do meu desempenho, e eu dependo desse emprego, então a gente faz uma espécie de troca, mas eu tento me dedicar ao máximo, como se isso fosse meu, até porque sobrevivo disso, e já me proporcionou boas coisas”.

2 Sequestro pela essencialidade valorizada

“Olha, eu falo Inglês, tenho intercâmbio, conheço outro país, tudo isso é um diferencial. Não tem como não me considerar parte importante da empresa, né?”.

“Sou tão importante pra empresa quanto ela é pra mim. Ela precisa de mim pra vender, pagar os custos, trazer lucro e crescer, e eu preciso dela pra sobreviver. Além disso, sei que hoje sou Agente de Viagens, mas, futuramente, posso vir a ser supervisora se a empresa crescer. Vejo muito por esse lado de oportunidades. Lá tenho contato com muitos fornecedores também, e vejo isso como uma oportunidade de futuramente conseguir um outro emprego se eu sair de lá”.



3 Sequestro pela colaboração solidária

“Com certeza, políticas de trabalho em equipe trazem benefícios. Na parte da convivência e harmonia, é essencial. Me ajuda a passar o tempo, a conviver melhor, a ter amizades”.

“Somos um time, mas sou consciente de que posso ser substituída; por isso, busco formas de me tornar ferramenta cada vez mais importante”.

“... Nós nos ajudamos. Também estimulam uma concorrênciazinha para quem bater a meta primeiro, por exemplo. Mas, no geral, eles estimulam não só o trabalho em equipe, mas também que a gente se ajude. Que um não deixe o outro cometer nenhum erro que possa prejudicar a gente ou a agência. Todos somos responsáveis pelo sucesso ou fracasso dela”.

4 Sequestro pela eficácia produtiva

“Eu faço de tudo um pouco, não vou dizer que só faço as competências de um Agente de Viagens. Eu trabalho desde venda de passagens, até atualização de boletos, cancelamento de financiamento, já cheguei até a resolver problema de cliente com cartão (risos) [...] tem um sistema de plantão emergencial, a gente leva o celular pra casa e fica responsável por atender as ligações, as mensagens e resolver qualquer problema que surgir com algum cliente em viagem. Não ganho hora extra por esse plantão, mas ganho uma folga por mês no sábado e também, se eu precisar sair mais cedo pra resolver algo pessoal, essas coisas, eles são bem flexíveis, daí vale a pena ficar com o plantão. Fora que, muitas vezes, a gente consegue fazer venda nos finais de semana por esses plantões, e num mês ruim faz diferença, viu!”.

“Sim, algumas vezes faço outras coisas, não só venda, embarque, pacotes, etc. Mas eu não faço porque alguém pede, faço porque quero. Por exemplo, de limpeza, mas porque eu quero, financeiro também, eu acabo fazendo um pouco de tudo”.

5 Sequestro pelo envolvimento total

“Eu procuro cumprir horários, tá sempre procurando vendas, correndo atrás, acompanhando os passageiros, dando suporte, procurando saber depois como foi a viagem, se faltou alguma coisa, se as indicações que eu fiz, os roteiros que montei supriram as necessidades. Tenho sempre essa preocupação, porque não é só meu nome que está em jogo, o da empresa também. Eu sou o espelho dela. É tanto que eu nunca me opus a dar meu WhatsApp pessoal, é uma forma de fidelizar o cliente e criar um vínculo com ele”.

Verifica-se, nos cinco blocos acima, certo ajustamento do trabalhador ao imaginário da empresa (“eu me sinto parte da empresa”); um sentimento de indispensabilidade e de merecimento pelo esforço e mérito do trabalhador (“Não tem como não me considerar parte importante da empresa”); adesão e envolvimento com o



todo organizacional, materializado pelo trabalho em equipe (“Todos somos responsáveis pelo sucesso ou fracasso dela”); a crença na colaboração efetiva do trabalho (“Eu faço de tudo um pouco”); sentimento de entrega, doação e comprometimento (“Não é só meu nome que está em jogo, o da empresa também. Eu sou o espelho dela”).

Para além da necessidade, embora importante, de se categorizar e tipificar as formas de captura da subjetividade, torna-se aqui mais importante destacar que esse envolvimento organizacional tem, é claro, consequências para o cotidiano do agente de viagens. Os depoimentos acima destacados mostram que esse “sequestro” passa a legitimar e naturalizar algumas marcas da toyotização mais refinada do trabalho:

- 1 Ampliação do *teletrabalho* (plantão de vendas e pós-vendas);
- 2 Acirrada necessidade de cumprimento de metas (por comissionamento e por manutenção do vínculo empregatício);
- 3 *Famtour*¹⁶ como precarização “mascarada” do trabalhador valorizado (“trabalho viajando!”);
- 4 Vigilância e monitoramento constantes: verificação das conversas do agente no aplicativo de mensagens *WhatsApp*.
- 5 Espécie de uberização do trabalho via agente *freelancer* (*compartilhamento do trabalho*).

Assim, verifica-se que:

- a) As agências de viagens buscam criar e reforçar a imagem do coletivo forte e da grande família, na qual todos são importantes e o trabalhador precisa se sentir em “casa”.
- b) As agências impulsionam a flexibilização da jornada de trabalho e o prolongamento do tempo de trabalho para além da jornada fixa, implicando que o agente de viagens termina não tendo uma demarcação muito clara entre o seu tempo de trabalho e de não-trabalho.
- c) O uso da tecnologia (*WhatsApp*, por exemplo) termina configurando não um fator de autonomia para o sujeito, mas um elemento de maior submissão, já que a empresa passa a controlá-lo também fora do trabalho (por metas a serem seguidas e por vigilância pelo que escreve no aplicativo).
- d) Cria-se uma dependência direta entre produtividade e comissionamento, resultando na flexibilização da renda.
- e) Há, ainda, um aspecto marcante no setor de agência de viagens que merece atenção: o número de trabalhadores autônomos (*freelancers*) que trabalham por conta própria prestando serviços às agências. É, de certa forma, um compartilhamento (da rede de relacionamentos) da força de trabalho emprestado à agência, sendo um tipo de *uberização* do trabalho (Slee, 2017) que se abre neste mercado. A agência, neste caso, assim como a *Uber*, não é uma empregadora, mas lida com indivíduos que decidem quando e como trabalhar,

16 Deriva do inglês, *Familiarization Tours*. Significa uma viagem de trabalho que o agente (trabalhador) realiza objetivando conhecer os destinos que vende. Essas viagens de trabalho são financiadas, geralmente, pelas Operadoras e/ou por atores econômicos dos núcleos receptivos.



de maneira independente (muitos se intitulam como “microempreendedores¹⁷”). O que parece, à primeira vista, como um modelo leve e flexível de trabalho, nas mãos da agência se transforma em trabalho pago exclusivamente por comissão, dispensando qualquer contratualidade ou responsabilidade jurídica.

Logo, a precarização do trabalho vigente entre os agentes de viagens segue a tendência estrutural do mundo do trabalho, contudo agravada pela necessidade de alta qualificação profissional e de excelência nos serviços imposta a uma massa de trabalhadores em situação de grande precarização. Isso termina requerendo trabalhadores que precisam vender sua personalidade (Mills, 1969) e sorrir de modo agradável, amigável e empenhado para os fregueses (Hochschild, 1990), não obstante a enorme degradação das condições e relações de trabalho imperantes nos setores da atividade turística.

5. À guisa de conclusão

As reflexões aqui contidas, apesar de circunscritas a pontuais relatos de agentes de viagens de uma cidade média não-turística do interior nordestino, revelam muito mais do que casos isolados. Expressam, isto sim, o refinamento global da superexploração do trabalho que envolve esses trabalhadores, já que pensar o trabalho em turismo requer que se reflita acerca de uma atividade econômica globalizada que implica – em contextos competitivos – a necessidade de serviços altamente personalizados e de qualidade diferencial às custas de uma força de trabalho mal remunerada e sujeita a longas jornadas de trabalho. Neste sentido, o moderno capital empregado no turismo não opera com amadores: conta com trabalhadores sempre disponíveis (para trabalhar viajando, em finais de semana e em feriados), relativamente qualificados (que dominam um segundo ou terceiro idioma), com expressivo domínio de técnicas de relações interpessoais (boa oratória, comunicação intergrupala, negociação de conflitos, etc.) e com propriedade em técnicas de gestão, vendas e administração mercadológica. Tamanha exigência por qualificação e produtividade quase nunca se faz as custas de compensação objetiva (maior remuneração) e subjetiva (reconhecimento e estabilidade) para o trabalhador, mas, pelo contrário, faz-se as custas de grande responsabilização sobre o empregado que, já cooptado pela ideologia dominante, sente-se corresponsável pelo sucesso ou fracasso de sua empresa.

Como consequência mais geral desse processo, verifica-se que o trabalhador termina embebido em relações muito sutis de dominação, reforçadas pela economia turística do hedonismo (engodo do trabalho permeado por certa ludicidade em praias, piscinas, bares, eventos festivos etc.); por ideais da sociedade de consumo e do espetáculo; pela ideologia do capital humano que transfere para o trabalhador a responsabilidade de seu sucesso ou fracasso profissional, desconsiderando contextos estruturais de

¹⁷ Inclusive, algumas dessas agências operam com investimento mínimo. Algumas possuem somente o mobiliário básico e dois ou três computadores.



desigualdades sociais; e pela ideologia do auto empreendedorismo que tenta fazer de cada trabalhador uma empresa de si próprio. Certamente, e me arrisco aqui a fazer tal inferência, o maior exercício de violência simbólica perpetrado pela economia do turismo seja vender pacotes de lazer e estilos de vida altamente conspícuos através de trabalhadores que, quiçá, jamais poderão usufruir daquilo que vendem. A diferença de vender, por exemplo, uma viagem ou um automóvel de luxo é que o automóvel será consumido bem longe do vendedor da concessionária, ao contrário do turismo, que colocará lado a lado, numa simbiose perversa, trabalhador e turista.

Essa é uma das muitas faces dessa “indústria sem chaminés” (risos!) que tem servido como forte agente concentrador de renda e capitais (Standing, 2020)¹⁸. Portanto, faz-se urgente problematizar o cotidiano – e o futuro – desses trabalhadores, de modo a não cairmos no *engodo do fim da história* vendo o capitalismo e a democracia liberal ocidental como estágio final da humanidade (Fukuyama, 1992). Assim, pensar a precarização do trabalho na atividade turística deve evitar esbarrar numa atitude conservadora e, portanto, cômoda, de se justificar que sem essas ocupações muitos municípios “turísticos” estariam fadados a uma moribunda vida econômica. Ao discurso hegemônico não interessa o desvendamento de um infausto quadro de desigualdade social nos mercados de trabalho. Logo, a bandeira que apregoa “mais trabalho e menos direitos” cai como uma luva na agenda neoliberal de expansão da flexibilização e da degradação do trabalho. Devemos, pois, fugir desse comodismo e pensar nos muitos determinantes contemporâneos da precarização do trabalho, objetivando, pelo menos, manter a crítica imanente e vislumbrar um mundo – nem que seja como utopia – para além das amarras do capital.

Referências

- Alves, G. (2011). Trabalho, subjetividade e capitalismo manipulatório: o novo metabolismo social do trabalho e a precarização do homem que trabalha. *Estudos do Trabalho*, Ano V, Número 8.
- Alves, G. (2008). A subjetividade às avessas: toyotismo e “captura” da subjetividade do trabalho pelo capital. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, vol. 11, n. 2, pp. 223-239.
- Antunes, R. (2019). Proletariado digital, serviços e valor. In: ANTUNES, Ricardo. (org.). *Riqueza e miséria do trabalho no Brasil IV: trabalho digital, autogestão e expropriação da vida*. São Paulo: Boitempo.
- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.
- Faria, J. H.; & Schmitt, E. C. (2007). Indivíduo, vínculo e subjetividade. In: Faria, J. H. (org.). *Análise crítica das teorias e práticas organizacionais*. São Paulo: Atlas.

¹⁸ Standing, G. (2020). O Precariado Turístico. Tradução de Jean Henrique Costa e Raoni Borges Barbosa. *Academic Journal of Studies in Society, Sciences and Technologies – Geplat Papers*, volume 1, number 1 (<http://geplat.com/papers/index.php/>).



- Faria, J. H.; & Meneghetti, F. K. (2007). O Sequestro da Subjetividade. In: Faria, J. H. (org.). *Análise crítica das teorias e práticas organizacionais*. São Paulo: Atlas.
- Fukuyama, F. (1992). *O fim da história e o último homem*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Harvey, D. (1994). *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola.
- Hochschild, A. R. (1990). Ideology and emotion management: a perspective and path for future research. In: Kemper, T. D. (editor). *Research agendas in the sociology of emotions*. New York: State University of New York. p. 117-142.
- Marx, K. (1983). *O capital: crítica da economia política*. Vol. 1, Livro Primeiro, Tomo 1. Tradução de Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Abril Cultural.
- Mészáros, I. (2000). *A crise estrutural do capital*. Tradução Alvaro Bianchi, revisão técnica Waldo Mermelstein. *Revista Outubro*, edição 4.
- Mills, C. W. (1969). *A nova classe média: White Collar*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Padilha, V. (2014). Nojo, humilhação e controle na limpeza de shopping centers no Brasil e no Canadá. *CADERNO CRH*, Salvador, v. 27, n. 71, p. 329-346, Maio/Ago.
- Sennett, R. (2012). *A corrosão do caráter: o desaparecimento das virtudes com o novo capitalismo*. Tradução de Marcos Santarrita. Rio de Janeiro: Edições Best Bolso.
- Slee, T. (2017). *Uberização: a nova onda do trabalho precarizado*. Tradução de João Peres. São Paulo: Editora Elefante.
- Standing, G. (2019). *O precariado: a nova classe perigosa*. Tradução Cristina Antunes. Belo Horizonte: Autêntica.

PRECARIOUS WORK AND IDEOLOGICAL CONTROL IN THE TOURISM ECONOMY

Abstract

This study aims to discuss a specific dimension of the current working conditions prevailing in the tourism economy, notably the problems of the subjectivity 'hijacking' (Faria; Meneghetti, 2007) and of subjectivity capture under the manipulative capitalism (Alves, 2008; 2011). The study shows that the precarisation of the current labor among travel agents follows the structural trend of the world of work, however it is still aggravated by the imposed need for high professional qualification and for excellence in services on a mass of workers in a situation of great precariousness. Therefore, it was perceived a certain adjustment of the worker to the imaginary of the company; a feeling of indispensability and deserving by effort and merit; involvement with the organizational whole, which is materialized in form of teamwork; the belief in the effective collaboration of work; and feeling of self-delivery, self-giving and self-commitment. This leads the workers to sell their personality (Mills, 1969) and to smile in an always pleasant, friendly and committed way to customers (Hochschild, 1990), despite the enormous degradation of conditions of work prevailing in the many sectors of tourism activity.

Keywords: work; tourism; precarisation of labour; subjectivity; travel agents.