
GUIAS DE TURISMO DE SALVADOR: OLHARES SOBRE A PROFISSÃO E REFLEXÕES SOBRE O PAPEL DO GUIA COMO SUJEITO NA CIDADE

Fernanda B. Maciel Leme¹

¹ Doutoranda em Cultura e Sociedade - UFBA. Email: fermaciel@ig.com.br

Recebido em 15/04/2010

Aprovado em 27/05/2010

RESUMO

O guia de turismo, apesar de sua importância na atividade turística, ainda é tema pouco analisado pelos estudos acadêmicos da área. A bibliografia disponível indica funções atribuídas a estes profissionais que cumprem também exigências impostas pelo mercado de trabalho. Essas funções e limitações refletem no próprio entendimento que os guias possuem em relação à sua classe e, também, nas narrativas que estes fazem sobre a cidade. Porém, partindo dos pressupostos teóricos indicado por Elias (1994) e Castoriadis (1982), construiu-se a hipótese de que estes podem, mesmo sendo sujeitos socialmente formados, através de sua capacidade de reflexão e criatividade, estabelecer novas funções para sua profissão e também novas narrativas sobre o lugar. Essas novas funções seriam as resultantes de processos dialógicos e relacionais, envolvidos na conformação dos sujeitos-guias de turismo como agentes sociais. Utilizando o método fenomenológico para pesquisa de campo com guias de turismo de Salvador (BA), chegou-se ao relato destes profissionais que corroboraram com a hipótese levantada pelo estudo. Mais do que isso, demonstrou que os profissionais, ao ampliarem sua percepção sobre suas funções, ampliam também suas possibilidades de modificação na dinâmica social da qual faz parte, assim como de modificações na realidade de sua cidade.

PALAVRAS-CHAVE: Cidade; Guia de turismo; Papel dos sujeitos.

ABSTRACT

The tourist guide, despite its importance in tourism, is still a subject rarely considered by academic studies in the area. The available literature indicates tasks assigned to these professionals who also meet requirements of the labor market. These functions and limitations reflected in the very understanding that guides have regarding their class and also in the narratives that they do about the city. However, based on theoretical purposes indicated by Elias (1994) and Castoriadis (1982), built up the hypothesis that they may even be subject to socially formed, through his capacity for reflection and creativity, establish new roles for their profession and also new narratives about the place. These new functions are the result of relational and dialogic processes involved in forming the subject-tourism guides as social agents. Using the phenomenological method for field research with tour guides in Salvador (BA), it was the report of these professionals have confirmed the hypothesis raised by the study. More than that, showed that the professionals, to broaden their perception of their duties, also increase your chances of change in social dynamics to which it belongs, as well as changes in the reality of your city.

KEY-WORDS: City; Tourist guide; Role of the subjects.

1. INTRODUÇÃO

Desde a Antiguidade já existiam indivíduos com a função guiar grupos e pessoas nos lugares a serem visitados. O objetivo da condução, no entanto, oscilava de acordo com a situação. Os guias poderiam acompanhar os grupos de forma semelhante ao *city tour* atual, mas também poderiam ter como objetivo dar orientações religiosas ou até mesmo guiar exércitos em território inimigo. Sabe-se que durante a Idade Média os guias tinham como principal função fornecer informações sobre abrigos para os viajantes, principalmente em peregrinação (REJOWSKI, 2000).

Nos séculos XVII e XVIII iniciou-se a prática de viagens denominadas de *Grand Tour* cujo objetivo era explorar, descobrir e aprender com novas culturas. Inseridos nesta prática, os guias de turismo passaram a fornecer informações sobre os lugares visitados, roteiros de viagem e informações sobre a cultura local, como a língua. Picazo Zamora (1996), ao comentar especificamente sobre os guias europeus, menciona que estes têm como precedentes os “cicerones” italianos do século XIX, assim chamados pela eloquência semelhante a de Cícero no senado republicano. A função atribuída a estes guias era a de mostrar os recursos turísticos da cidade e, para isso, exigia-se que tivessem um conhecimento profundo sobre a mesma. Posteriormente, através de Thomas Cook as viagens passaram a adquirir um caráter mais moderno, sendo fundada a primeira agência de viagens. Através destas empresas, passou-se a formatar pacotes de viagens incluindo a presença de um guia acompanhante que, entre outras funções, indicava as melhores ofertas do comércio local e lugares que mereciam serem visitados, como comenta Rejowski (2002).

O conceito formal de guia de turismo, suas funções e profissionalização tornaram-se, na contemporaneidade, importante pauta a ser discutido na academia, principalmente na área de Turismo. A preocupação com este profissional nasce conjuntamente com a preocupação com um novo turismo, mais profissionalizado e rentável. Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT) em 2007 a atividade movimentou 856 milhões de dólares, representando 30% das exportações mundiais em serviços. Os dados, comparados com os de 2006, demonstram um aumento de 5,6% de dólares gerados pelo turismo internacional. Mesmo o turismo no Brasil ainda não alcançando níveis altamente representativos na economia, como ocorre na Espanha, a preocupação em obter geração de renda e divisas com a atividade é crescente no país.

Mediante este desejo, destaca-se o papel do guia no chamado “sistema turístico” como mediador, entre visitantes e autóctones ou entre consumidores e produtos locais. Sugere-se, neste trabalho, a investigação sobre as faces não somente econômicas desta mediação. Parte-se da hipótese de que os guias lidam também com mediações simbólicas - entre o imaginário construído através de projetos político-econômicos e as diversas outras possibilidades de significação do lugar.

Suas informações são direcionadas pela sua formação profissional, pelas agências de turismo e pela própria exigência do consumidor. Enquanto sujeitos socialmente formados, obedecem a redes de interesses e saberes que tecem textos informativos sobre o lugar, se tornando *guias-mentores*.

2. REFLEXÕES SOBRE AS FUNÇÕES ATRIBUÍDAS AO GUIA DE TURISMO NA ATUALIDADE

No Brasil, a Federação Nacional de Guia de Turismo considera como guia de turismo o profissional devidamente cadastrado na EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo), de acordo com a lei nº 8623, de 28 de janeiro de 1993, exercendo as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas e grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas. Desta forma, dentro do conceito formal de guia, este seria o profissional que conduz, coordena e transmite informações a grupos e pessoas em locais que não da sua origem.

De acordo com o Código de Ética dos Guias de Turismo, citado pelo Sindicato dos Guias de Turismo do Rio de Janeiro (2008), os guias têm também como função ser um “portador da mensagem de paz e entendimento entre os povos”, respeitando o patrimônio cultural e natural dos locais junto à sociedade. No Artigo 12, a legislação ainda determina que o guia não deve “[...] tecer, no exercício de sua atividade, comentários políticos – partidários, não emitir qualquer comentário desfavorável sobre pessoas ou locais, nem fazer qualquer tipo de discriminação de raça, credo, religião, sexo ou costumes”. Neste aspecto, a legislação refere-se não somente às condutas para com os clientes, mas também para com a comunidade a ser visitada. Com isso, pode-se afirmar que o guia é entendido também como uma espécie de “embaixador” e educador.

A conduta esperada do guia perpassa não somente seu trato para com os clientes e a comunidade local. Especificamente o Sindicato de Guia de Turismo da Bahia (2009) cita em seu *site* notas sobre a conduta que os guias devem ter para com as empresas: 1) agir como elemento facilitador das relações interpessoais na sua área de atuação; 2) atuar como figura chave no processo de informação; 3) manter postura e vocabulário adequados no exercício de informação; 4) identificar-se com a empresarial, sendo um agente facilitador e colaborador na implantação de mudanças administrativas e políticas.

Percebe-se, assim, mais uma nuance sobre a função do guia - este é entendido como um agente ou mediador de informações, um comunicador. As fala do guia, contudo, podem assumir uso político, transformando-o em “aliado”, um agente facilitador e colaborador da administração política local. Este aspecto, contudo, é em parte contraditório com o que determina o Artigo 12 do

Código de Ética do Guia de Turismo citado anteriormente. Este determina que determina que o guia não deve emitir qualquer manifestação política quando no exercício de sua profissão.

O Sindicato de Guias de Turismo da Bahia (SINGTUR-BA) destaca também que o guia deve ter responsabilidades sobre “os usos, os costumes e a moral”. Em outras palavras, trata-se da descrição de atitudes não desejáveis ao profissional guia de turismo, entre elas: manifestação que cause danos morais e/ou materiais; prejuízos a terceiros; atentado ao pudor; promiscuidade; difamação e calúnia. Estes itens aparecem somente citados no Sindicato de Guias da Bahia, que defende a existência de um profissional portador de “posturas desejáveis” - entendidas como aquelas adequadas à “moral e aos bons costumes” presentes na sociedade.

O fato de serem atribuídos aos guias diversas funções, posturas desejáveis e usos de suas falas, reafirma a importância deste profissional para a atividade turística. Mesmo esta importância sendo considerada na esfera mercadológica e política, ainda é escassa a produção de trabalhos acadêmicos sobre os guias de turismo e suas atuações sobre as cidades turísticas. Um dos autores pioneiros nessa produção é Picazo Zamora (1996). Sua obra, em língua espanhola, aborda principalmente as funções atribuídas ao guia de turismo e sua tipologia. O autor descreve seu trabalho como um “guia do guia”, podendo ser útil em centros de formação profissional. Para o autor, a profissão de guia está fundamentada em três pilares básicos: conhecimentos culturais e práticos, idioma e atitude em serviço. Dependendo do guia a ser analisado, pode ser dado maior ou menor importância a um destes três elementos, fazendo com que existam diferentes *perfis* de guias de turismo.

Para Zamora (*Ibid.*) os guias devem ser, antes de tudo, coordenadores. Mais do que isso, estes representam a própria cidade e, por isso, há interesse por parte das administrações do local de controlar tanto *quem é* este guia e também *o que falará*. Um mecanismo para por em prática este interesse é a criação de carteiras de guias de turismo, que credenciam os chamados “guias oficiais” ou profissionais.

Dado que para los visitantes este guia representa a la ciudad – es una especie de “embajador” de la misma -, las administraciones turísticas locales tienen interés en controlar quién explica y qué se explica. Por eso, en la mayoría de ciudades Del mundo se crea una habilitación administrativa (el cardenet de guia local) que garantiza su profesionalidad” (ZAMORA, 1996, p. 15).

Interessante ponto ressaltado pelo autor é o de que os guias adequam o desenho da visita de acordo com o tipo de grupo a ser conduzido. Os guias de rua são, em sua definição, como “diretores de orquestra”, recebendo o programa como uma partitura, podendo fazer apenas pequenas modificações referentes a horário e ordem das visitas. Dirigem e coordenam a estrutura local e têm como missão fazer com que a viagem se torne a melhor possível. Diante deste objetivo, deve-

se apresentar como um bom coordenador geral, relações públicas, embaixador, intérprete, conselheiro, assessor dos operadores turísticos, além de ser atualizado e ter a capacidade de encontrar soluções mediante imprevistos, controlando sempre a qualidade dos demais prestadores de serviços oferecidos.

Contudo, o mais relevante da obra de Zamora (*Op. Cit.*) para os fins deste trabalho, são as indicações feitas pelo autor de como as explicações sobre o local devem ser feitas. É notável como, no processo de profissionalização dos guias, estes são direcionados a ter um tipo considerado correto de realizar a narrativa sobre a cidade visitada. Importante a ser destacado também é o fato de que, segundo a bibliografia, o guia deve atender aos interesses do grupo, das agências e, assim, estar em consonância com o que foi “prometido” para os clientes. Neste aspecto, a profissionalização do guia também passa necessariamente pela elaboração de narrativas sobre o lugar adequadas à relação venda-consumo estabelecida entre os vendedores (agências de turismo) e clientes (turistas).

Para preparar adecuadamente un circuito, se debe empezar por leer cuidadosamente el programa de viaje, averiguar exactamente de qué se trata, memorizar el itinerario y ser conscientes de lo que promete la agencia al futuro cliente, ouesto que es quien debe responder de esse programa ante el usuário. [...] Para realizar com êxito esta tarefa, no solo se debe leer deternidamente el programa del viaje, sino también se debe prestar atención al folleto em general, a sus características y peculiaridades, para compender mejor qué expectativas se puede haber credado el consumidor (ZAMORA, 1996, p. 122).

Em seu trabalho sobre a profissão de guia de turismo, Valle (2004) esboça uma tipologia de guias de turismo registrados pela literatura, contribuindo também para a elucidação de como se opera as informações e narrativas sobre o lugar pelos guias. Utiliza, para isso, os autores Holloway (1981), Pond (1993), Gurung (1996), Weiler & Ham (2001), Cohen (1995), Montejano (2001) e Urry (2001) que mencionam as seguintes categorias de guias:

Tipologia acadêmica dos Guias de Turismo
1 - O guia intérprete (Montejano, 2001): fornece informações sobre o lugar visitado no idioma do visitante, daí a denominação de intérprete.
2 - O guia desbravador/descobridor de caminhos (Cohen, 1995): fornece as rotas para visitantes de locais parcialmente desbravados, assim como acesso à comunidade anfitriã, sem dar maiores informações sobre o local em si.
3 - O guia mentor (Cohen 1995): atua em lugares de turismo de massa, sua formação é do tipo formal e é empregado pelas operadoras de viagem. As informações que fornece aproximam-se do caráter acadêmico, por isso assemelha-se a um professor, instrutor e conselheiro, chegando a ditar regras de comportamento e direcionando o olhar do turista. Seu <i>status</i> vem da qualidade de suas informações e não de sua capacidade de entretenimento.
4 - O guia contador de história (Urry, 2001): interpreta os elementos do local de modo

a instigar o interesse do visitante sem necessariamente direcionar ou controlar seu olhar.
5 - O professor-guia (Cohen, 2001): estes guias têm a função de educar utilizando passeios. Ajudam o turista a interpretar o país por meios de debates e discussões.
6 - O guia motorista-mensageiro (Hollowey, 2001): com pouca qualificação, exercem a função de motoristas e guias ao mesmo tempo recebendo, para isso, baixos salários.
7 - O guia especializado (Pond, 1993): tem como papel ser relações públicas do lugar, tendo alto grau de especialização.
8 - O guia gerente de viagem/gerente de experiência (Gurung, 1996): o guia atua como gerente ao elaborar o itinerário da viagem e ao gerenciar a experiência dos visitantes, pois seleciona e interpreta os lugares.
9 - O guia local/guia estrangeiro (Weiler e Ham, 2001): os guias locais têm a vantagem de entender a comunidade local, já os guia estrangeiros podem, da mesma forma, atender melhor as expectativas dos visitantes, já que pertencem a uma mesma cultura.

Figura 1: Tipologia de Guias de Turismo.

Fonte: Elaboração própria, baseada na obra de Vale (2004).

De acordo com a tipologia descrita, percebe-se que ainda são acrescentadas ao conceito de guia funções e, também, limites além dos já descritos. Dependendo da sua tipologia, é conferido ao guia um maior ou menor grau de limite ou balizamento sobre as informações a serem dadas sobre o lugar. Os limites, no entanto, aumentam proporcionalmente ao nível de especialização e profissionalização da profissão? Remetendo-se ao exemplo dos guias de turismo da Indonésia citado por Dahles (*apud* Valle 2004) pode-se apontar algumas possíveis variáveis do processo que vão além desta questão. No país há um forte controle estatal sobre a profissão de guia e sobre o turismo como um todo. Os guias atuam de forma padronizada e suas narrativas são bem ensaiadas, reduzindo, com isso, a arte de contar histórias. Desta forma, os limites impostos à profissão de guia obedecem a quesitos políticos, indo além de fatores institucionais ou profissionais.

O que pensam estes sobre a função de sua profissão, sobre o lugar, sobre os limites de suas narrativas? Parte-se do pressuposto que estes são também sujeitos criativos, críticos, dotados da possibilidade de atribuir novas significações para si e para com o que fazem, pois estes *agem*. Como agentes, colocam a cultura em movimento, transformam as informações em narrativas sobre o lugar e podem, com isso, criar novos olhares sobre a cidade.

2.1 Novas perspectivas: os guias de turismo como sujeitos atuantes na cidade através da criatividade e reflexão

Pensar nos guias de turismo como mediadores e, mais do que isso, como agentes atuantes sobre uma realidade local, requer um novo olhar sobre o papel dos sujeitos na sociedade. Focalizar

este aspecto em uma pesquisa acadêmica, por sua vez, exige entender os próprios conceitos de sociedade e sujeitos sob uma nova roupagem epistemológica.

Como explicitado por Corcuff (2001), o pensamento binário sempre esteve presente nas Ciências Sociais. Este fato pode ser comprovado nas séries de pares de conceitos que, supostamente, se oporiam entre si. Herança do cartesianismo e do mecanicismo, o pensamento linear sempre busca coerência através de negações: uma coisa é sempre definida como isso *ou* aquilo. Formado oposições, a realidade é tratada de forma dicotômica. Nos estudos culturais nota-se a presença de dicotomias entre termos como individual e coletivo, entre sociedade e indivíduo. Estas oposições foram reforçadas por autores que defendiam ser a sociedade uma entidade específica e o coletivo como algo com consciência própria, que ultrapassa as consciências individuais e as influencia.

As dicotomias e as relações de causa e efeito presentes nas pesquisas em ciências sociais não são a única barreira a ser superada. A problemática do sujeito e sua autonomia foi por vezes negligenciada, resultando em pesquisas que desconsideravam a subjetividade e a capacidade de reflexão dos sujeitos. Sendo negligenciada, a capacidade criadora e crítica que confere aos sujeitos o status de dinamizadores da cultura, a própria cultura foi considerada como algo cristalizado, capaz apenas de modelar e não de ser modelada pelos sujeitos.

O sociólogo alemão Norbert Elias, já em 1939, dedicou-se a desvendar não somente essas dicotomias, mas também todo o sistema de pensamento que trata como opostos termos como indivíduo e sociedade. No primeiro capítulo de sua obra *A Sociedade dos Indivíduos* (1994) essa tarefa faz presente, resultando em um importante texto para o entendimento do fluxo social e dos indivíduos nele inseridos.

Para Elias (1994), os conceitos de sociedade e indivíduo são amplamente discutidos atualmente seguindo, porém, duas formas específicas de entendimento. A primeira delas se refere ao entendimento da sociedade como somatório de indivíduos, a segunda, como algo que existe para além dos indivíduos. Na primeira delas as formações sócio-históricas são atribuídas ao planejamento e a vontade dos indivíduos, na segunda se acredita que o indivíduo não possui papel algum nas formações sociais e históricas, pois este obedeceria apenas a um modelo orgânico de sociedade.

Estas duas linhas de pensamento confluem, entendendo que indivíduo e sociedade se opõem. Em decorrência disso, as ligações entre os mesmos passaram a ser obscuras e pouco satisfatórias para se entender os fenômenos analisados. Faltam, segundo Elias (*Op. Cit.*), modelos de pensamento para que se possa compreender como a sociedade é algo que transcende a mera soma de indivíduos isolados e como essa mesma sociedade segue caminhos não pretendidos ou

planejados pelos indivíduos que a compõem. Se a sociedade é fruto de uma sinergia ocorrida pela junção de uma pluralidade de indivíduos, como lidar com as exigências deste social que foge do controle dos indivíduos ao mesmo tempo tão premissas de necessidades individuais?

Elias (*Ibid.*) defende que a sociedade não deve ser considerada como um todo uniforme, mas sim como um *fluxo contínuo*, onde é difícil estabelecer um ponto fixo de observação. Este fluxo depende das funções atribuídas aos indivíduos. As relações entre essas diferentes funções pertencem a um padrão específico de cada sociedade, que não é fruto da criação de certos indivíduos. As funções só existem e são mantidas em relação a um contexto específico gerando, da mesma forma, tensões específicas. Contudo, se este padrão não depende dos indivíduos, também não é exterior a eles. Este só é possível devido à ininterrupta interdependência entre pessoas e suas longas cadeias de atos. A sociedade seria, desta forma, a rede de funções formadas pelos indivíduos em relação aos outros. É importante considerar que os elos que unem essas relações funcionais não são fixos, mas sim maleáveis, variáveis.

O fluxo social seria formado pelas relações sociais, que são antes de tudo, relações humanas, porque formadas por pessoas. A estrutura destas relações não estaria nem fora dos indivíduos nem tampouco em cada indivíduo isoladamente, mas sim, entre os indivíduos. Por isso, as mudanças nas relações humanas, ou na sociedade, não são algo que possa ocorrer externamente aos indivíduos ou, da mesma forma, à revelia da vontade de cada indivíduo visto isoladamente.

A base de todos os mal-entendidos no tocante à relação entre o indivíduo e a sociedade reside no fato de que, embora a sociedade, as relações entre as pessoas, tenha uma estrutura e regularidade de tipo especial, que não podem ser compreendidas em termos do indivíduo isolado, ela não possui um corpo, uma “substância” externa aos indivíduos” (ELIAS, 1994, p.57)

Segundo o autor, para compreender os fenômenos “[...] é necessário desistir de pensar em termos de substâncias isoladas e únicas e começar a pensar em termos de relações e funções” (ELIAS, 1994, p. 25). Partindo deste pensamento, afirma que as ações individuais são determinadas pela relação que o indivíduo estabelece e estabeleceu com os outros. Segundo o autor, contrariando o que se poderia supor, é justamente a vida em sociedade que permite haver a individualidade. Cada pessoa ocupa uma posição única na rede de relações que permeia sua história. Quanto maior o grau de complexidade de uma sociedade, maior será a diferença existente entre as posições ocupadas por diferentes pessoas e assim, o grau de individualização também será maior.

Da mesma forma, as desarticulações de grupos e mudanças na posição social de profissionais provocam reestruturações que ecoam sobre o indivíduo e sua individualização. Contudo, o grau de influência sobre o indivíduo depende da posição em que este ingressa no fluxo social. Existe ainda, o que Elias (*Ibid.*) denomina de *fenômeno reticular* que é a capacidade das

pessoas modificarem umas as outras através de atos de relação mútua, como a conversa. Nesse processo as pessoas colocam adiante idéias já construídas e geram novas, não através de uma estrutura contida em cada interlocutor, mas devido à relação existente entre ambos.

Contudo, se a consolidação de novas idéias depende da relação entre diferentes pessoas, a germinação destas se deve primeiramente à capacidade reflexiva dos indivíduos. Como define Castoriadis (1982) os indivíduos são capazes de representar-imaginar-figurar dado objeto sem que necessariamente este esteja dentro das particularidades esperadas em seu conceito formal. As formalidades não impedem os sujeitos de reconhecer e se representar em dado objeto.

A realidade humana, defende Castoriadis (1992), envolve uma realidade social que corresponde quase que totalmente à realidade psíquica. O sujeito seria esta totalidade composta de um corpo biológico, de um ser social (parcialmente consciente) e de uma psique inconsciente. Quando o objeto de análise é a subjetividade do sujeito, a questão fica mais complexa, pois envolve as regiões que comandam o para si, ou o *self* dos indivíduos. A questão relevante é o sujeito humano que é ao mesmo tempo o meio (o ambiente), os meios e o fim (finalidade) que se almeja. Neste sentido, o sujeito está sempre por vir, é uma criação histórica e cuja história também pode se acompanhar, como colocado pelo autor.

Nestas prerrogativas, a subjetividade humana é entendida por Castoriadis (*Op. Cit.*) como capacidade de *reflexividade* e de *ação* deliberada por meio da vontade. Somente através da reflexividade é que o ser humano é capaz de pensar em si mesmo como objeto de análise, condição esta de objeto deferida como algo circunstancial e não natural. Por outro lado, é somente através da imaginação que a reflexão se faz possível. Para Castoriadis (*Ibid.*) a imaginação possibilita que o ser humano seja capaz de atribuir novas “entidades”, ou seja, de torna-se um ser capaz não apenas de raciocinar e calcular, mas de refletir.

Quando nas pesquisas em turismo o pesquisador vai a campo, este deverá ter a perspectiva de que a realidade empírica está impregnada de valorizações e significações atribuídas pelas pessoas em seu cotidiano que superam o conceito formal dado pela academia. Analisar a cultura nos estudos em turismo seria entendê-la como a própria ação dos sujeitos sobre seu mundo que o modifica, mas que é também por este modificado.

Analisando o pensamento dos autores, pode-se chegar a reflexões que se aplicam à realidade dos guias de turismo como profissionais atuantes na sociedade. As mudanças na realidade social de uma cidade não ocorrem à revelia da vontade destes sujeitos vistos isoladamente. Como indicado, sendo a sociedade uma teia de relações, é preciso que haja alterações nas relações estabelecidas entre os sujeitos para que as mudanças na sociedade se efetivem. Logo, pensar nos guias de turismo como sujeitos atuantes na sociedade, requer uma atenção nas relações que estes estabelecem com os

demais indivíduos da rede. O tipo de relação estabelecida e as conseqüências destas para a sociedade dependem, em grande parte, da função atribuída ao guia de turismo.

Assim, como explanado por Elias (*Ibid.*), as funções atribuídas aos sujeitos em uma sociedade são carregadas de tensões e negociações, pois determinam o grau de influência que estes terão na rede, ou seja, no poder de mudança concedido. É por esta razão que o modo como as diferentes funções se relacionam marca a sociedade e sua estrutura. É possível, através de uma ressignificação da função atribuída ao guia de turismo, reestruturar a rede que o envolve? Desta maneira também modificar seu grau de influencia sobre a realidade de uma cidade? Estes questionamentos não são passíveis de serem respondidos no presente artigo. Contudo, a pesquisa realizada com os guias de turismo de Salvador (BA) pode diagnosticar empiricamente as atuais funções e atuações dedicadas a estes, no entendimento da própria categoria. Neste sentido, entendeu-se que era preciso mais do que uma análise estrutural do sistema turístico que os envolve, era preciso uma análise de como estes refletem sobre a profissão e agem a partir desta percepção.

3. PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS NO ESTUDO SOBRE OS GUIAS COMO SUJEITOS DE UMA SOCIEDADE DINÂMICA

Com o objetivo de compreender as funções atribuídas aos guias de turismo de Salvador e, conseqüentemente, o campo de influência e ação destes indivíduos sobre a cidade, o desafio do trabalho tornou-se a busca por uma metodologia capaz de atingir tal objetivo e, ao mesmo tempo, corroborar com os pressupostos teóricos empregados.

O aporte teórico utilizado aponta para o entendimento dos guias como sujeitos socialmente formados que obedecem, em parte, a uma estrutura social na qual sua função determina o menor ou maior grau de influencia sobre esta. Este mesmo aporte entende que os guias também são indivíduos dotados da capacidade de reflexão, que se expressam em suas relações, gestos e falas.

Tornou-se necessário contrapor a conceituação formal do que seria um guia de turismo com as funções e atribuições da profissão segundo a própria categoria. Esta contraposição permitiria entender as possibilidades que os guias possuem de transcender as atribuições que lhes são conferidas e, assim, ampliar também o campo de ação e influência que possuem.

A construção teórica e os objetivos almejados apontaram assim, para a escolha do método fenomenológico de pesquisa. Na abordagem dada por Merleau-Ponty (1979), os estudos fenomenológicos podem ser definidos como o esforço de buscar a essência do mundo, tal como ele se mostra para as pessoas, antes de qualquer tematização. Ou seja, os estudos fenomenológicos se dedicam à compreensão do mundo como as pessoas percebem a partir de suas vivências e

experiências com este, e não a partir das tematizações e conceituações feitas pela academia. É um voltar às coisas como elas são, pois é compreender o que elas significam a partir da consciência dos sujeitos. Com isso, pode-se dizer que a fenomenologia se ocupa das intercessões entre os sujeitos, entre o objetivo e o subjetivo humano. Se a objetividade refere-se a “racionalidade”, ou seja, à capacidade de darmos um sentido para as coisas, a fenomenologia está ligada à capacidade de refletir sobre sucessivas experiências vividas e como estas dialogam com as experiências dos outros.

Desta forma, foram realizadas entrevistas com os guias de turismo de Salvador indagando sobre o que estes entendem por guia de turismo, segundo suas experiências, vivências e reflexões. Seguindo premissas fenomenológicas de aprofundamento analítico da experiência de cada indivíduo, a pesquisa teve caráter qualitativo. O método de análise seguiu indicativas de Panosso Netto (2005) sobre a proposta hermenêutica na fenomenologia. Segundo o autor, a análise segundo o método hermenêutico segue as etapas de descrição, invariantes e essência. Em uma primeira etapa serão destacadas as principais partes das entrevistas. Posteriormente, feita a elucidação das unidades de significados, na qual se buscará destacar as idéias fundamentais de cada uma delas. Finalmente, serão selecionadas as asserções articuladas no discurso de cada entrevistado, procurando se chegar ao significado primeiro que cada um quis dizer com sua resposta. Formam-se quadros de análise para cada entrevistado, de acordo com o modelo de Panosso Netto (2005):

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Resposta 1: fala integral do entrevistado	Palavras que mais se destacaram em sua fala	Significado primeiro do que o entrevistado quis dizer em sua resposta

Figura 2 – Quadros de análise das entrevistas.

Fonte: Panosso Netto (2005).

A escolha dos guias a serem entrevistados não se deu de forma aleatória. Sabe-se que muitos guias de turismo na cidade de Salvador exercem a profissão informalmente. Optou-se por entrevistar somente os guias que possuem cadastro na EMBRATUR e/ou BAHIATURSA, ou seja, os que possuem licença para atuar na profissão. A coleta de dados se deu em diferentes ambientes. Devido à pouca disponibilidade de tempo, os guias marcavam as entrevistas em hotéis, museus, praças, bares e até mesmo em suas residências. Cada guia foi entrevistado individualmente, indicando por fim, colegas a serem entrevistados pelo longo tempo de atuação ou devido a habilidade com que exerciam a profissão. Com isso, foi possível obter o relato de uma importante parcela de guia de turismo de Salvador, influentes, tanto no mercado, quanto no sindicato da

categoria. O período de coleta de dados foi de junho a julho de 2009, período em que foi possível encontrar os guias acompanhando grupos por toda a Salvador.

4. RESULTADOS DA PESQUISA – O GUIA É UM AMIGO, UM EDUCADOR, UM BOM VENDEDOR...

Os resultados obtidos demonstram que as percepções dos guias de turismo de Salvador em relação à função que lhes é atribuída, corroboram com as delimitadas por Picazo Zamora (1996) e Valle (2004). Contudo, nota-se que cada guia acentua um determinado aspecto de sua profissão, de acordo com a maneira pela qual experimenta sua relação com a cidade, com os turistas, com o empresariado e poder público.

Pode-se verificar também que na maneira pela qual o guia percebe sua função, este estabelece para si metas que devem ser cumpridas e estas, nem sempre condizem exatamente com as metas convencionadas ao guia. Assim, verifica-se que a hipótese de que os guias enquanto sujeitos socialmente formados, obedecem ao papel que devem desempenhar na rede social a qual faz parte. Contudo, por também serem sujeitos dotados da capacidade de reflexão, criam novas regras, novas metas e novas perspectivas para a sua profissão. Mais do que isso, alguns entrevistados transformam essa reflexão em ação que modifica, de alguma forma, a dinâmica existente nos chamados “lugares turísticos” da cidade.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Guia de turismo na realidade tem que ser mais que um profissional, um bom amigo, que faz um bom receptivo. Tem que ter um bom relacionamento com o visitante e aprende a perceber o que o turista quer, o que ele precisa.	Amigo, bom relacionamento, perceber.	O guia tem a função de não somente atender aos desejos dos turistas, mas também estabelecer um relacionamento de confiança e cumplicidade.

Figura 3: Quadro de análise entrevista guia de turismo 1.

Fonte: Elaboração própria.

O guia de turismo entrevistado número 1 remeteu-se ao turista, durante a entrevista como uma “criança que o guia direciona”. Sua atividade na cidade consiste no guiamento de grupos que o contratam, porém executa grande número de passeios individuais nos quais acaba por se considerar a pessoa que vai atender tanto aos desejos de segurança como de companhia do turista, o qual percebe como desprotegido e solitário. Devido a essa proximidade que estabelece de acordo com a

reflexão que faz do turista e, ao mesmo tempo, de sua função para com este, sente-se a vontade em fazer passeios pelo subúrbio de Salvador, entrando com os turistas na casa de moradores que falam por sua vez, do cotidiano da cidade.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Ser um guia é como se fosse um anjo da guarda do turista mesmo. Porque quando o turista esta na nossa mão, sobre nossa proteção, ele é como um cego, um deficiente visual, ele não conhece nada da cidade, então ele está lá a mercê do guia. Então o guia realmente precisa ser um bom profissional para cumprir essa missão.	Anjo da guarda, proteção, missão.	O guia tem a função de apresentar a cidade. Existe entre guia e turista uma distância marcada pelo conhecimento extremo e o conhecimento nulo sobre a cidade.

Figura 4: Quadro de análise entrevista guia de turismo 2.

Fonte: Elaboração própria.

A guia de turismo identificada com número 2 relatou ainda durante a entrevista que entende como turista aquela pessoa que tem o interesse em “conhecer novos lugares, novas pessoas, novas culturas”. Logo, entende que tem como missão apresentar a cidade a estes turistas ávidos por conhecimento. Como se esta pudesse ser a pessoa que narra ao deficiente visual o que não pode ver. No caso dos turistas esta “cegueira” advém da não experimentação do lugar, do não pertencimento a este como o seu lugar no mundo. Desta forma, a guia possui uma postura crítica quanto aos roteiros de Salvador – estes devem ser, na sua visão, ampliados, abrangendo o máximo da história do lugar e incluindo os monumentos que conectam a historia da cidade com a do país e assim fazer o turista também se sentir conectado. No momento, está agindo de acordo com suas reflexões, participa junto com demais colegas guia de turismo, da elaboração de novos roteiros para agencias de viagens mais inovadoras.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Para mim é um dos principais elementos do turismo, é uma engrenagem. É uma das principais. Ser guia é você saber que o turista vai compreender da sua atividade, o seu estado, o seu povo, a sua gente, através da sua informação. Então ser guia	Elemento, engrenagem, informação, cartão de visitas.	A função do guia é cumprir seu papel no sistema turístico, possui a responsabilidade de formar uma imagem desejável do lugar, assim executa o papel de guardião desta boa imagem.

para mim hoje é ser um cartão postal da minha cidade. Hoje eu sou um cartão de visitas da minha cidade.		
---	--	--

Figura 5: Quadro de análise entrevista guia 3.

Fonte: Elaboração própria.

Para guia de turismo número 3 é como se o guia fosse uma espécie de embaixador do lugar. O que faz um turista ser um turista, em sua opinião, é a “consciência do que busca, do que procura”. Desta forma, considera turistas aqueles que não somente se hospedam no lugar, mas que querem conhecer este lugar e assim, obter crescimento pessoal. Caberia ao guia ajudá-lo nessa busca, fornecendo as informações que este necessita, ao mesmo tempo, em que cumpre um papel no turismo de não desabonar a imagem que este levará da cidade. O guia seria, desta forma, a própria personificação desta imagem que seria, ao mesmo tempo, a captura do que o turista deseja conhecer, lembrar, como um “cartão postal” que se guarda, quando a imagem que a própria cidade, ou, a cidade própria daquela guia, quer ser memorizada. Na sua reflexão, a vigilância que o guia executa para sustentar essa imagem, faz com que este seja capaz de auxiliar o poder público, fornecendo uma espécie de “consultoria” a este, já que a atenção dedicada a esta vigilância faz com que sua classe saiba das deficiências de cada lugar da cidade.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Ser um guia é você ter o prazer de mostrar a sua cidade para as pessoas que não conhecem, para os turistas ou pessoas da terra que não conhecem a história de sua cidade. É saber passar uma coisa exata, verdadeira e ao mesmo estar ajudando a sua cidade contando a história dela. Eu acho que um homem sem historia não existiria.	Mostrar, saber, ajudando, história.	O guia detém um conhecimento especializado sobre o lugar, cabendo a ele a satisfação de divulgar a história do lugar que marca a própria existência do homem que ali vive.

Figura 6: Quadro de análise entrevista guia 4.

Fonte: Elaboração própria.

O guia de turismo número 4 focaliza seu trabalho na divulgação da história da cidade. Em seu entender o guia possui um conhecimento legitimado por sua formação que lhe permite falar de maneira “exata” sobre esta história. Para ele, um turista somente é um turista quando ele “vem querendo conhecer a historia da cidade, participar dessa história”, ou seja, o guia faria parte do processo de conhecimento e inserção do turista na realidade local. Essa percepção faz com que o

guia seja enérgico em relação aos turistas que vêm à cidade em busca de drogas, sexo com menores e outras coisas que, segundo este, o turista só procura para fazer porque não pode fazer no seu país de origem. Devido a essa sua reflexão, o guia faz parte de projetos de restauração de monumentos públicos. Além de sua contribuição para com o patrimônio histórico, este projeto ainda capacita menores da comunidade para servirem mão-de-obra nesses restauros.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Ser uma guia é transformar um sonho em realidade. É sempre estar estudando é dar informação e receber ao mesmo tempo, é ensinar aprendendo e aprendendo ensinando. Costumo aprender muito com os turistas, inclusive tem informações sobre a nossa cidade que a gente nunca se ligou e o turista vem e pergunta e aí você se compromete a dar o retorno a ele. Eu sigo, meu email é esse se o senhor quiser ter qualquer retorno eu lhe dou. Às vezes eu faço isso por mim mesma para eles não me pegarem de novo	Sonho, ensinar, aprender.	O guia possui a função e mediar o que o turista espera vivenciar no lugar e o próprio lugar. Existe ainda uma troca de informações e conhecimento entre guia e turista durante este processo.

Figura 7: Quadro de análise de entrevista com guia 6.

Fonte: Elaboração própria.

Durante a entrevista, o guia de turismo 5 demonstrou dar grande importância a veracidade das informações a serem dadas aos turistas. O interessante em sua fala é o fato de que, mesmo compreendendo que deva respeitar as expectativas criadas sobre o local pelos turistas, esta não procura se desviar de cenas possivelmente desagradáveis aos olhos dos turistas. Para ele não há porque “esconder a poeira debaixo do tapete”, e se é a realidade uma cidade com drogas, prostituição e mendicância, isso deve ser mostrado. O entrevistado acredita que contribui com seu trabalho para a melhoria dessa realidade, orientando os turistas a não jogarem lixo nas ruas, a não depredarem o bem público e não dar esmolas aos pedintes, já que para este “criança precisa de escola e não de esmola”.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Ser guia de turismo é saber se uma comunicadora, é saber comunicar. É dar importância a seu espaço, a sua moradia, a sua região.	Comunicação, espaço, moradia, região.	O guia é um comunicador que deve transmitir informações sobre o local.

Figura 8: Quadro de análise entrevista guia 6.

Fonte: Elaboração própria.

Em sua entrevista, o guia de turismo 6 destacou umas das mais consensuais funções do guia – a comunicação. Acredita que o verdadeiro turista deve estar aberto a esta comunicação, buscando novos conhecimentos. Por ter formação também em ciências biológicas dá ênfase em seu passeio à comunicação dos aspectos peculiares dos atrativos naturais da cidade. Assim, através da percepção de que poderia ampliar sua função, traçou metas de educação ambiental em diversos pontos da cidade cujo ecossistema é mais frágil.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Eu falo do tipo de gente que mora naquele lugar. Por que quando eles vêm para cá, por exemplo, um turista estrangeiro, do mesmo jeito que a gente tem uma imagem assim, um simulacro da mamãe África, que não é daquele jeito, eles quando vem para cá tem um simulacro do que eles acham que é.	Gente, imagem, simulacro.	O guia deve informar a realidade local mesmo que essa não seja condizente com o imaginário sobre o local.

Figura 9: Quadro de análise da entrevista guia 7.

Fonte: Elaboração própria.

Além da formação de guia de turismo, o entrevistado número 7 já atuou como assistente social no Centro Histórico de Salvador. A vivência próxima à população carente de recursos resultou em uma percepção com foco no fator humano do local. Em seus roteiros, tenta destacar esse aspecto, pois segundo o entrevistado, ele “não fala de monumentos mortos” e sim de todos os aspectos sociológicos envolvidos. Para ele o Centro Histórico de Salvador sofre as conseqüências de uma imagem carregada de estereótipos tanto em relação ao lugar quanto a sua gente. Tenta ao máximo, como guia, combater em suas falas, estes estereótipos que, na sua reflexão, desencadeiam formas de exploração daquela população como o turismo sexual com crianças e adolescentes.

Discurso na linguagem do sujeito	Redução unidades de significado	Asserções articuladas no discurso
Um guia é um ser dedicado. Que ama a sua cidade. Que tem responsabilidade para mostrar a cidade. E também sabe fazer adequações rápidas.	Dedicação, cidade, responsabilidade, adequações.	O guia deve manter os laços afetivos com o local, estar sempre buscando maior conhecimento sobre este.

Figura 10: Quadro de análise da entrevista guia de turismo 8.

Fonte: Elaboração própria.

O guia de turismo 8 reflete sobre a sua profissão mencionando a afetividade que o guia deve manter com o lugar. Para o entrevistado, o turista também deve ver na figura do guia um amigo, dito anteriormente por outros entrevistados. Contudo, destaca-se a grande ênfase que dá ao fato dos guias serem eternos pesquisadores sobre o lugar, contribuindo para o conhecimento sobre este. Relata que, pelos anos de profissão é capaz de fechar os olhos e descrever minuciosamente cada detalhe de uma peça dos museus que percorre em seus roteiros. Seria até mesmo capaz de fazer a descrição ou o reconhecimento de pelas roubadas. O guia procura contribuir para com a cidade através do serviço que presta, mas afirma que uma ação mais estratégica carece de maior união entre a classe. Contudo, procura em seu dia-dia estar em contato com todas as pessoas que formam o local, desde o “flanelinha” até os turistas mais ricos, o que permite que esteja sempre conectado com o cotidiano do lugar. As entrevistas permitem que se compare as respostas dadas pelos guias de turismo de Salvador em relação ao que estes entendem por suas profissões e as funções que são atribuídas a esta.

Funções atribuídas ao guia de turismo de acordo com a percepção e experiência dos entrevistados
1-O guia tem a função de não somente atender aos desejos dos turistas, mas também estabelecer um relacionamento de confiança e cumplicidade.
2-O guia tem a função de apresentar a cidade. Existe entre guia e turista uma distância marcada pelo conhecimento extremo e o conhecimento nulo sobre a cidade.
3-A função do guia é cumprir seu papel no sistema turístico, possui a responsabilidade de formar uma imagem desejável do lugar, assim executa o papel de guardião desta boa imagem.
4-O guia detém um conhecimento especializado sobre o lugar, cabendo a ele a satisfação de divulgar a história do lugar que marca a própria existência do homem que ali vive.
5-O guia possui a função e mediar o que o turista espera vivenciar no lugar e o próprio lugar. Existe ainda uma troca de informações e conhecimento entre guia e turista durante este processo.
6-O guia é um comunicador que deve transmitir informações sobre o local.
7-O guia deve informar a realidade local, mesmo que essa não seja condizente com o imaginário sobre o local.
8-O guia deve manter os laços afetivos com o local, estar sempre buscando maior conhecimento sobre este.

Figura 11: Quadro com funções atribuídas aos guias de turismo de acordo com os entrevistados.

Fonte: Elaboração própria.

Nota-se que as respostas corroboram com as indicações de Valle (2004) e Picazo Zamora (1996) sobre a função dos guias de turismo. Cabe ao guia, na percepção destes, auxiliar, comunicar, direcionar, gerenciar, desbravar, proteger.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As respostas obtidas pela pesquisa demonstram haver certa unidade no sentido dado à profissão de guia de turismo, o que faz ser possível haver certo consenso e entendimento mútuo quando se fala em guia de turismo. Este sentido se aproxima tanto do conceito acadêmico de guia quanto do conceito que o mercado formata sobre este. Assim, quando uma pessoa fala que é um guia de turismo sabe-se que seu ouvinte compartilha de idéias semelhantes sobre as funções que este deverá cumprir. Isso comprova que ambos estarão falando de uma mesma *idéia*, de um mesmo *imaginário* que cerca a profissão.

Contudo, a experiência destes indivíduos no mundo como guia de turismo é carregada de novas percepções, reflexões e criações. Ou seja, mesmo compartilhando de um conceito socialmente formado sobre sua profissão, os sujeitos, como indica a fenomenologia, vivenciam suas experiências como profissionais de uma maneira única, em constante modificação. Mesmo desempenhando uma mesma função na rede social da qual faz parte, a maneira pela qual estes sujeitos se relacionam com o espaço, com as demais pessoas - sejam turistas ou moradores - contém subjetividades únicas, fruto de uma experiência com o mundo que é, também, única.

Isso faz com que os guias ajam sobre a cidade de maneira única. Mais do isso, o estudo demonstra que os guias, ao ampliar a noção que se tem de sua profissão, sua função a cumprir, também ampliam seu o poder de modificação na dinâmica da rede social da qual faz parte.

Quando o guia não é simplesmente o que informa, mas também um *narrador* sobre a realidade local - pois pensa e sente como um morador daquela cidade - ele modifica os estereótipos criados, expõe a complexidade daquele “lugar turístico”. Ao ser um eterno pesquisador, alterna as fontes de discursos sobre o lugar ampliando, assim, a noção de verdade sobre a história local. Agindo como fiscalizador das ações dos turistas, pode combater a falsa idéia de que este pode extravasar desejos não realizáveis em seu país de origem. Entendendo-se como um professor que também aprende com seu aluno, este estabelece um verdadeiro intercâmbio cultural com os turistas, gerando troca de saberes e de sentidos. Por fim, pode-se citar que, vendo-se como um profissional que detém grande conhecimento sobre a cidade, tanto em relação à suas belezas quando às suas deficiências, este pode atuar como consultor para políticas de planejamento turístico e urbano da cidade.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTORIADIS, C. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

- _____. **As encruzilhadas do labirinto**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- CORCUFF, P. Algumas oposições clássicas em ciências sociais. In: COURCUFF, P. **As novas sociologias**. São Paulo: EDUSC, 2001.
- ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS GUIAS DE TURISMO. Disponível em: <http://www.fenagtur.org.br/>. Acesso em abr./2009.
- MERLEAU-PONTY. M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- NETTO, PANOSSO. A. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.
- OMT. Organização mundial de turismo. Disponível em <http://www.unwto.org>. Acesso em jul./2008.
- REJOWSKI, M. (org). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- SINDICATO DOS GUIAS DE TURISMO DA BAHIA. Disponível em: <http://pessoal.atarde.com.br/singtur>. Acesso em abr./2009.
- SINDICATO DOS GUIAS DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <http://www.sindegtur.org.br>. Acesso em abr./2009.
- VALLE. I. **A profissão de guia de turismo: conhecendo o passado e o presente para projetar o futuro**. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus, 2003.
- ZAMORA, C. P. **Asistencia y guía a grupos turísticos**. Madrid: Sínteses, 1996.