

A profissão de guia-intérprete e o impacto da COVID-19

The **tourist guide** profession and the **impact of the COVID-19**

ILÍDIA CARVALHO * [ilidiacarvalho@gmail.com]

Resumo | Os guias-intérpretes são uma das profissões que mais sofreu com a crise sanitária e é uma das profissões que mais dificuldade terá em recuperar. Essa dificuldade, advém não só do facto do turismo moderno se ter desenvolvido noutros moldes, mais individualistas, apoiado nas novas tecnologias e hoje também incentivado pela insegurança, mas porque esta profissão trabalha, principalmente, com o mercado externo, muito dependente da mobilidade posta em causa pela pandemia. Achámos pertinente ver o modo como estes profissionais vivenciaram a crise provocada pelo Coronavírus e as possíveis estratégias que consideram adotar no intuito de uma retoma da atividade em segurança, visto que, uma das principais características diferenciadoras da profissão é o forte relacionamento humano. Através de contacto telefónico estabelecido em tempo de quarentena, foram entrevistados vários profissionais de Lisboa e Porto. Pretendemos assim dar a conhecer um pouco mais esta profissão, que se revela muito pouco conhecida e muito menos reconhecida ou valorizada, tendo em conta a importância que o seu desempenho tem para uma boa imagem do país, que se pretende agora seguro e de confiança.

Palavra-chave | Turismo, guias-intérpretes, segurança, estratégias de retoma, pandemia

Abstract | Tour guides are one of the professions that suffered the most from the health crisis and is one of the professions that will have the most difficulty in recovering. This difficulty arises not only from the fact that modern tourism has developed in other ways, more individualistic, supported by new technologies and today also encouraged by insecurity, but because this profession works mainly with the foreign market, very dependent on mobility much limited now by the pandemic. We found interesting to see how these professionals experienced the crisis caused by the Coronavirus and the possible strategies they consider to adopt in order to resume safe activity, since one of the main differentiating characteristics of the profession is the strong human relationship. Through telephone contact established during quarantine, we made several interviews to professionals from Lisbon and Porto were. We intend to make this profession a little more known, which reveals to be very little known and much less recognized or valued, taking into account the importance that its performance has for a good image of the country, which is now intended to be safe and reliable.

Keywords | Tourism, tourist guides, safety, strategies, pandemic

* **Doutorada em Turismo** pela Universidade de Lisboa (IGOT), na especialidade de Gestão de Destinos e Produtos Turísticos, **Guia-intérprete e docente** na Universidade Lusíada de Lisboa

1. Introdução

O Turismo é uma das principais atividades que hoje se encontram ao nível planetário. Para entendermos a sua importância, será suficiente pensarmos no peso que esta atividade apresenta para a economia de muitos países, nomeadamente Portugal. Segundo o Turismo de Portugal (TP) em 2019 esta atividade teve uma contribuição de 8,7% para o PIB nacional (TP, 2020a)¹, estando nela envolvidas milhares de pessoas das mais variadas idades e profissões, incluindo, os guias-intérpretes.

Mas, sabemos que esta é uma atividade em constante mudança e nas últimas décadas apresentaram-se novos tipos de turistas. Por isso, Cravidão (2006) fala das novas procuras, novos perfis de turistas e novas formas de olhar e de consumir, resultantes da mudança de mentalidade e da diferente postura das pessoas perante a atividade turística. Questões como ecologia e sustentabilidade tornam-se cada vez mais relevantes e, o mesmo autor defende ainda, que este novo turista é mais ativo, mais informado, mais exigente, mais individualista e com outras preferências. Richards (2014), também refere que o relacionamento do visitante com o destino se alterou, verificando-se agora uma maior busca pela proximidade com os residentes - “os locais”, colocando “... partes significativas da experiência cultural fora do controlo da indústria do turismo” (Richards, 2014, p.11).

Também Knowles, Diamantis e El-Mourhabi (2004) defendem que este novo tipo de turista é mais difícil de satisfazer, pois tem mais conhecimento sobre a generalidade da oferta, obtendo, logo à partida, através da tecnologia, mais informação, o que o torna também mais independente.

Perante esta mudança, muitos dos profissionais ligados ao turismo já se tinham apercebido da necessidade de adaptação e, alguns deles, já tinham iniciado lentamente esse processo através da criação de sites e procurando oferecer outro tipo de visitas, explorando diversas experiências. Mas, agora teremos de considerar ainda a forma como este turista irá reagir perante a brusca alteração de condições introduzidas pela crise sanitária, que certamente, dará origem a outras novas necessidades e exigências.

Esta é uma atividade muito sensível que contrai facilmente com qualquer crise, seja ela de natureza política, económica ou sanitária, como é o caso atual do vírus Sars Cov 2, que veio trazer grande risco para a saúde pública, afetando principalmente, os mais idosos que são aqueles que continuam a viajar em moldes mais tradicionais e que têm mais disponibilidade de tempo e dinheiro para o fazer. Esta crise trouxe graves consequências a curto e médio prazo, porque as pessoas só viajam se se sentirem seguras, pois ninguém quer correr riscos desnecessários, tanto da parte de quem visita, como da parte de quem é visitado. A segurança, assim como a confiança, tornam-se agora fatores determinantes para o turista e o país receptor, devendo hoje todos os profissionais acompanharem essa tendência, que se manterá a longo prazo.

“Fiquem em casa” foi a palavra de ordem durante a quarentena que se estabeleceu na maioria dos países, nomeadamente em Portugal². Abruptamente, tudo parou e a atividade turística que tanto contribuiu na última década para o desenvolvimento do nosso país, deixou completamente de existir. Procuram-se agora novas estratégias

¹Se tivermos em conta o PIB do ano 2018 estão disponíveis estatísticas na Conta do Satélite do Turismo (TP, 2019) com o valor de 14,6%, o qual engloba o consumo turístico nacional e estrangeiro, ao contrário do valor de 8,7% apresentado para 2019 na Visão Geral do Turismo de Portugal (TP, 2020a) que foi calculado apenas com as transações feitas por cartões de crédito estrangeiros. Damos preferência a este segundo valor porque é o que se utiliza quando se fazem comparações internacionais.

²Em Portugal o estado de emergência iniciou-se a 19 de março e terminou a 3 de maio, dando lugar ao estado de calamidade. O desconfinamento fez-se de modo faseado sendo a data de 18 de maio das mais importantes pois aí abriram os restaurantes, pequenos espaços comerciais e museus/monumentos. Todos elementos importantes para a possível retoma de uma atividade turística, tendo os primeiros visitantes estrangeiros chegado em meados/final de junho, com as primeiras ligações aéreas

de modo a podermos voltar a uma “normalidade”, se isso alguma vez for possível... Muitas dúvidas se colocam, pertinentemente, aos profissionais que trabalham em Turismo sobre: Quando e principalmente, Como voltarão a trabalhar?

Também os guias-intérpretes, apesar de serem uma classe relativamente pequena e, por esse motivo, se apresentará até pouco relevante para alguns que a desconhecem; também se encontram profundamente envolvidos em todas estas importantes questões. Este é um grupo profissional que para além de contribuir para a divulgação da cultura do país, pode ter um papel fundamental também como agente de saúde pública devido ao seu contacto privilegiado com os visitantes e as pontes que faz ao longo de toda a cadeia turística. Tal como Ap e Wong (2001) defendem: os guias-intérpretes revelam-se como importantes elementos da indústria do turismo.

No entanto, não parece haver consenso relativamente à importância do seu desempenho, pois autores como Shani (2017, cit. Brito, 2020, p. 36) dizem que “...os clientes não buscam qualidade mas sim entretenimento”. Outros porém, como Santos Veloso e dos Santos Queirós (2019), defendem que os guias-intérpretes são “técnicos de interpretação” e podem ter um papel na conservação e valorização do património tangível e intangível, podendo ainda, contribuir para o aumento da satisfação e desfrute por parte do visitante. Nesse sentido, também Hsu, Chan e Huang (2009) referem que a função do guia-intérprete é de grande responsabilidade porque o seu desempenho é muito importante para a satisfação do visitante, devendo as entidades responsáveis ter isso em conta. Outra pergunta se nos coloca: Que papel podem/devem os guias-intérpretes desempenhar na retoma da atividade turística, durante e após o COVID-19?

2. O que é ser guia-intérprete?

Os guias-intérpretes fazem parte dos principais Profissionais de Informação Turística (PIT) de que nos fala Brito (2013). São profissionais que estão mais em contacto direto com o cliente e cujo desempenho se revela fundamental para o sucesso da atividade turística, pois eles acolhem, esclarecem e acompanham os turistas nacionais ou estrangeiros. Desde sempre que houve a tendência em procurar alguém que explicasse de uma forma fiável, tanto os monumentos e museus, como as tradições ou ainda diversos aspetos da natureza. É este o papel dos “mediadores culturais” de que nos falam Brito (2008) e Rabotic (2010) quando se referem aos guias-intérpretes. Mas a informação dada por estes “técnicos de interpretação”, como preferem Santos Veloso e dos Santos Queirós (2019, p. 314), deverá ser uma interpretação que “...proporciona uma ponte entre os significados dos recursos e os interesses dos visitantes” (Morales, Guerra & Serantes, 2009, p. 7), ajudando-os a descobrir a relevância desses mesmo recursos e devendo para isso, de ser possuidores de variadas competências. Estes profissionais poderão contribuir para valorizar e preservar os próprios recursos, tendo em conta o número de estrangeiros que acompanham anualmente³.

Mas, estes “...facilitador(es) do turismo intercultural...” (Brito, 2008, p. 68) são muitas vezes considerados dispensáveis pelos novos tipos de turismo, que para além de “...não quererem gastar muito dinheiro...”, como refere Shani (2017, cit. Brito, 2020, p. 36), primam também, como anteriormente referido, por uma atitude mais independente e individualista, baseada no apoio das novas tecnologias (*sites*, *apps*, etc.), as quais atraem, atualmente, muitos dos que nos visitam. Simultaneamente, verificamos o aparecimento de pessoas, que sem formação específica, começaram

³Veja-se o artigo do Observador (2020) de 24 maio, que integra os guias-interpretes nos 337 mil postos de trabalho diretos relacionados com o turismo e diz que cada um destes profissionais acompanha 1200 turistas/ano, sendo que em média anualmente eles acompanham 840 000 visitantes

a exercer essas funções junto dos turistas, publicitando os tours na net, alguns deles sem receber honorários⁴, pondo em causa a fiabilidade da informação transmitida, assim como a garantia da qualidade, que sempre esteve associada a esta profissão, sendo "... assegurada pela sua formação", tal como Brito e Farrugia (2020, p. 8) referem.

O facto de guias certificados e não certificados trabalharem hoje lado a lado em muitos países europeus, resulta das diretivas comunitárias, que levaram à desregulamentação da profissão de guia-intérprete, como aconteceu em Portugal em 2011. Esta é uma situação, que segundo Brito (2020), se apresenta injusta ao nível moral, social e económico, dando origem à "... falta de ética, qualidade, segurança e outras garantias para o consumidor" (Brito, 2020, p. 36).

Nesta profissão não é só a veracidade da informação dada que é importante, também é fulcral o conhecimento do público, como referem Santos Veloso e dos Santos Queirós (2019). Desse conhecimento depende o modo como a informação é transmitida, pois é preciso conhecer bem a realidade do visitante para conseguir transmitir de uma forma correta e fácil de apreender, os diferentes conceitos culturais e as *nuances* intrínsecas a cada sociedade. Esta capacidade de transmitir a informação de uma forma ligeira, mas correta, interessante e compreensível, é algo que se desenvolve ao longo de uma carreira. Conseguir discursar de modo diferente adaptando-se às diversas nacionalidades dos visitantes é uma arte cultivada pelos guias-intérpretes, que desde a sua formação se preocupam com estas questões e que com a prática e confrontação diária com as pessoas e situações, se vai apurando.

Falamos de um profissional "que é alguém especialista, treinado, qualificado e certificado" (Brito, 2020, p. 36) e o qual pode ter grande influência junto aos visitantes, como afirma Rabotic (2010).

Há ainda autores, que referem que "...quando comparado o desempenho de guias certificados e não certificados, se verifica que os guias certificados têm uma maior influência na apreciação e satisfação do cliente relativamente ao destino..." (Weiler & Black, 2015, cit. Brito, 2020, p. 34). Acreditamos que a influência que têm na satisfação do cliente, resultante das suas competências, também poderá e deverá estar hoje relacionada com a segurança no decorrer da atividade turística.

O guia-intérprete é assim um profissional multifacetado com um carácter forte, onde a educação se cruza com a personalidade, o respeito se cruza com o conhecimento, a amizade se cruza com o profissionalismo. No entanto, para ir ao encontro das expectativas dos turistas do séc. XXI e os desafios colocados pelo ambiente de comunicação global, a sua formação não deverá ser tão tradicionalista, como referem Santos Veloso e dos Santos Queirós (2019), pois os guias-intérpretes "...deverão tornar-se mais competentes, inclusivamente, ao nível das novas tecnologias, de modo a que estas possam coreografar muitas das experiências memoráveis dos turistas" (Black & Weiler, 2013, cit. Brito & Farrugia, 2020, p.6). Nesse sentido, Brito e Farrugia (2020) referem que há, actualmente, um esforço em harmonizar as regras para o treino e qualificação dos guias-intérpretes devendo a formação ser um pouco modificada, pois tal como Rabotic (2010) defende, outras competências que têm a ver com competências de comunicação e de gestão de dinâmica de grupos devem ser contempladas. Também Morales et al. (2009), defendem que essa formação deveria ser menos tradicional de modo a adaptar-se aos novos tempos. Tempos esses, muito conturbados devido à pandemia que vivemos, sendo por isso também pertinente alguma formação em termos de higiene e segurança.

⁴É o caso dos *free tours* cuja recompensa será no final apenas a gratificação que o cliente poderá ou não dar, o que coloca esse acompanhante numa posição vulnerável e mesmo ilegal, porque certamente, que os valores recebidos não serão declarados às finanças.

Esta apresenta-se como uma profissão complexa, que foi fortemente prejudicada pela crise pandémica que vivemos, a qual levou a que muitos destes profissionais ficassem sem trabalho de um momento para o outro e, para além disso, é uma das profissões que mais tempo levará a recuperar, porque os principais clientes são os turistas estrangeiros e de uma classe etária elevada, os quais por diversas razões estão muito condicionados na viagem, sendo a aposta numa primeira fase da retoma, principalmente, o mercado interno, que não tem por hábito contratar guias-intérpretes. Porém, os turistas nacionais ficam geralmente surpreendidos pela positiva, quando raramente os contratam⁵, o que revela a qualidade dos seus serviços.

3. O turismo e a COVID-19

O Turismo tornou-se na segunda metade do séc. XX num bem de consumo regular, indispensável para uma boa parte da Humanidade, tendo "...como objectivo a realização de uma experiência desejada e esperada..." (Rabotic, 2010, p. 359). Mas, as pessoas esqueceram-se que o viajar, que é uma atividade intrínseca ao ser humano, sempre implicou riscos. Esta pandemia veio mostrar a incapacidade do ser humano em termos de controlar certos riscos, tendo destabilizado todos os sectores socioeconómicos. Hoje, a atividade turística encontra-se muito condicionada e a tentar adaptar-se perante a ameaça de um vírus que veio questionar a forma como nós sempre vimos o tu-

rismo. A grande questão que se coloca agora é: Como poderemos voltar a viajar de forma segura?

No intuito de dar respostas a esta pergunta e tentando minimizar os impactos e impactes da pandemia, estamos hoje cientes de que é preciso desenvolver estratégias, nas quais se enquadram fortes medidas de higiene e segurança a ser adotadas por todos os *stakeholders* ao longo da cadeia turística, tendo muitas empresas tido formação e obtido o selo "Clean & Safe" (TP, 2020b). Somos obrigados a adotar novos comportamentos como o distanciamento social e o uso de equipamentos de proteção individual (EPI), onde se incluem as máscaras, luvas e desinfetantes. Estas são as palavras de ordem do mundo atual, mas há mais medidas que poderão ser implementadas de um modo geral e que são imprescindíveis para o "sucesso de uma viagem"⁶. Por exemplo, o controlo da febre à entrada do país, nomeadamente, nos aeroportos e zonas portuárias. Assim como testes a serem aplicados aos visitantes à chegada⁷. Estes testes, embora de complicada logística pois vão obrigar a que as pessoas esperem algum tempo pelo resultado, evitarão que seja necessário manter as pessoas em quarentena caso não estejam infetados ou se já desenvolveram imunidade. E, certamente, outras soluções serão ainda encontradas.

Muitos dos *stakeholders* responderam rapidamente à necessidade de criar estratégias e modos alternativos para a sua atividade, tendo essa resposta sido mais rápida em alguns casos do que noutros, mas todos com o objetivo de dar segurança aos eventuais clientes que queiram e possam viajar⁸. É o caso dos meios de transporte, onde as companhias aéreas têm um papel fundamental

⁵Veja-se o caso de sucesso do projeto "Viver Amália", criado em Lisboa pelo guia-intérprete certificado Pedro Vaz, o qual, inclusivamente, obteve em outubro o prémio de Mérito "Turismo e Sustentabilidade 2020" da fundação Inatel. Este projeto e alguns outros, relacionados com diversos passeios a pé com visitas temáticas (literárias, botânicas, musicais) publicitadas no *Facebook* e nos recentes *sites* de alguns guias-intérpretes, que desde a quarentena se envolveram em novos projetos, os quais têm tido muito sucesso, evidenciam bem a qualidade e a capacidade de adaptação destes profissionais.

⁶Devemos ter em conta que hoje uma viagem bem sucedida, é aquela que dará satisfação ao cliente, mas também terá como ponto fundamental: deslocar-se até ao destino turístico e regressar a casa sem ser infetado com o vírus. E, aquela que permite ao país ser visitado, sem que o turista o infete com o vírus.

⁷Estes testes foram implementados na Islândia, os quais eram gratuitos para os visitantes, sendo este facto apresentado como uma mais valia para visitar esse país, tendo assim melhorado a sua imagem.

⁸Muitos países começaram a abrir as fronteiras em junho.

em termos turísticos. As companhias de transporte aéreo, terrestre ou marítimo, como podemos ver em diversos vídeos e boletins informativos consultados e referentes às diversas empresas (Metro, CP, Carris, etc.)⁹, procuraram desde os primeiros momentos adaptar-se às novas condições, o que nem sempre é fácil e implica a utilização de novos produtos, como refere Junceiro (2020) no que diz respeito ao metro de Lisboa. Algumas das medidas encontradas implicaram, inclusivamente, elevados custos extras e cuidada gestão logística, como por exemplo, no caso dos autocarros de turismo, que são também um importante local de trabalho dos guias-intérpretes.

De acordo com diversos comunicados e um vídeo do Grupo Barraqueiro (AT, 2020), que é a principal frota de autocarros de turismo ao nível nacional, haverá, obrigatoriamente, a distribuição de desinfetante à entrada do veículo e o uso de máscaras, sendo a viseira/máscara e luvas utilizadas pelos motoristas, adotando-se ainda, a redução da capacidade dos veículos a 2/3 da capacidade, de modo a garantir o devido distanciamento social, conforme indicações da Direção Geral de Saúde (DGS). Também diretamente relacionado com os nossos profissionais, temos os sistemas de áudio, que obriga a cuidados redobrados relativamente à sua higienização e desinfecção, tendo as empresas fornecedoras apresentado protocolos¹⁰, nesse sentido.

Também os hotéis previstos abrir nos meses de junho e julho em Portugal, tiveram diretrizes da DGS para seguir relativamente à higiene e segurança, sendo os espaços comuns sem dúvida os mais problemáticos. Temos os museus e monumentos que ao reabrirem no dia 18 de maio, para além de criarem a obrigatoriedade do uso das máscaras e pagamento com cartão ou *MBway*, também limitaram o número de visitantes, assim como o tamanho dos grupos, para os quais pretendem fu-

turamente desenvolver as reservas *online*.

Embora, os restaurantes não sejam apenas vocacionados apenas para o turismo, muitos deles localizados nas zonas centrais da cidade, acabam por ser mais frequentados pelos visitantes. Assim, os restaurantes, cafetarias e similares, que também introduziram apertadas medidas de higiene, desinfecção e distanciamento, contribuíram para uma atividade turística segura. As lojas de menor dimensão e com porta para a rua, abriram no dia 18 de maio ficando os *shoppings* para mais tarde, mas todas cumprindo apertadas medidas para poderem funcionar em segurança perante a ameaça do Coronavírus, que se teme que venha a apresentar diversas vagas.

3.1. Entidades responsáveis

Não podemos deixar de referir o papel do Estado Português, que logo nos primeiros momentos da declaração de estado de emergência em Portugal tomou medidas no intuito de evitar a propagação do COVID-19 e, simultaneamente, apoiar os cidadãos, seja com o *lay-off* para os trabalhadores por conta de outrem no intuito de evitar despedimentos, ou com apoios através da Segurança Social para os outros, que tal como os guias-intérpretes, trabalham a recibos verdes e se revelam ainda mais vulneráveis a estas questões de crise. Também a Secretaria do Estado do Turismo, assim como o TP estabeleceram contactos com as entidades que representam estes profissionais, no intuito de desenvolver em conjunto estratégias que possam favorecer a retoma da atividade turística em sintonia com os interesses públicos e as necessidades destes profissionais.

⁹Veja-se na bibliografia *online*, diversos *sites* com comunicados das empresas e artigos sobre o assunto.

¹⁰O investigador entrou em contacto com uma das empresas fornecedoras, que lhe apresentou um completo protocolo feito para garantir a segurança e higiene.

3.1.1. Associação de Guias-intérpretes e Correios de Turismo (AGIC) e Sindicato Nacional da Atividade Turística Tradutores e Intérpretes (SNATTI)

O SNATTI é uma instituição fundada em 1936, enquanto que, a AGIC aparece em 2004. Ambas representam os PIT, tendo cerca de 600 associados¹¹ e estão a trabalhar em conjunto, chamando à atenção junto de diversos Meios de Comunicação e Entidades Oficiais para a situação periclitante da profissão de guia-intérprete. Também têm proporcionado a participação dos seus associados em *webinars* de formação que tiveram grande adesão na quarentena.

Em entrevista dada ao investigador no dia 17.05.2020, a presidente da AGIC, Sra. Cristina Leal, referiu o problema económico que vivem estes profissionais, os quais procuram agora estratégias para a retoma e, nesse sentido, se estabeleceram muitos contactos com a Secretaria de Estado do Turismo e o TP, tendo como resultado o Selo “Clean & Safe para os guias-intérpretes” (TP, 2020c), que garantirá a segurança e higiene na prática da profissão, estando em estudo ainda outras medidas que facilitarão a prática da atividade.

Foi referido ainda nesta entrevista a longa parceria com as agências de viagem, que conhecem o bom trabalho dos guias-intérpretes e os reconhecem como profissionais responsáveis; as quais acabam por ser consideradas como “parceiros preferenciais”, sendo também negativo para os guias-intérpretes, o facto do digital estar em parte a substituir as agências em termos de reservas. A entrevistada referiu ainda a necessidade da aproximação destes profissionais a um mercado nacional, mercado esse, que nunca utilizou muito os serviços destes profissionais, não havendo por parte dos portugueses esse hábito¹².

São também estas entidades, AGIC e SNATTI, que prezam pela qualidade dos serviços e, nesse

sentido, ambas lutam por dar a conhecer a relevância de uma boa formação. Apesar desta profissão se encontrar desregulamentada, estas entidades realizam, frequentemente, as Provas de Qualidade e Certificação dos novos guias-intérpretes.

O SNATTI é o representante em Portugal de uma instituição de cariz internacional relacionada com os PIT, que é a Federação Europeia de Guias (FEG) e, temos de referir um interessante estudo levado a cabo pela FEG logo no início da crise sanitária, que demonstra a grande preocupação destas entidades relativamente à atual situação que afeta estes profissionais, que se apresentam como uma “força de trabalho, permanente e altamente qualificada” (FEG, 2020, n.p.). O inquérito foi aplicado junto das diversas associações de guias dos 27 países europeus que fazem parte da Federação. A análise dos resultados permite ver que 87% dos inquiridos eram trabalhadores independentes e a profissão de guia-intérprete a sua única fonte de rendimento, o que prova ser esta uma profissão principal e não de *part-time*. O ano de 2020 ficará assim na memória dos 2138 inquiridos como um dos piores na sua vida profissional.

4. Metodologia

Assumindo à partida um enorme esforço de distanciamento, o autor, também ele guia-intérprete, optou por entrevistas em profundidade. Foram contactados, telefonicamente, no início de abril 2020, alguns colegas de trabalho, que através do Facebook se voluntariaram para responder às questões. Foi marcada hora e dia para a sua realização, havendo alguma dificuldade nessa marcação, pois apesar da quarentena muitos deles estavam ocupados em ações de formação *online*.

A entrevista que levava em média 45 minutos a

¹¹O Presidente da AGIC estima haver cerca de 900 guias-intérpretes atualmente ativos no país.

¹²Em anos anteriores, numa tentativa de conseguir uma maior visibilidade da profissão, mostrando a qualidade dos serviços de profissionais qualificados, criaram-se grupos de voluntários que no Dia Internacional do Guia – 21 Fevereiro, fizeram visitas gratuitas de cidade em Lisboa, as quais tiveram grande sucesso.

responder, consistia em 20 perguntas, sendo 6 de caracterização socioeconómica (idade, género, estado civil, agregado familiar, habilitações, residên-

cia) e 14 perguntas específicas, que apresentamos de seguida:

Quadro 1 | Perguntas específicas da entrevista realizada aos PIT

1 - Desde quando trabalha como guia-intérprete?
2 - Esta é a sua principal actividade?
3 - Que idiomas domina e quais são as nacionalidades com que mais trabalha?
4 - Que tipo de serviço realiza (local, circuitos, estrangeiro)?
5 - De que forma a sua atividade foi afetada pelo COVID-19?
6 - Como tem conseguido superar financeiramente esta situação?
7 - Como tem utilizado o tempo livre durante a quarentena?
8 - O que prevê que vai acontecer ainda este ano?
9 - O que espera que as entidades responsáveis façam relativamente à situação do turismo?
10 - Se aparecer serviço nos próximos tempos tem algum receio em trabalhar?
11 - Que medidas irá tomar em termos de segurança?
12 - Considera que as novas tecnologias estão contempladas no futuro da sua profissão? Como?
13 - Já considerou mudar de profissão?
14 - Como definiria a sua profissão numa só palavra? Porquê?

As 13 entrevistas foram realizadas a guias-intérpretes qualificados, vulgo oficiais¹³, sendo 2 homens e 11 mulheres, o que representa de certa forma a classe, pois há indubitavelmente, mais mulheres do que homens nesta profissão. Também, o facto da maioria dos entrevistados viverem em Lisboa e apenas 4 no Porto, espelha um pouco a realidade desta profissão, pois a maioria destes profissionais se concentra na Área Metropolitana de Lisboa. Foi entrevistada em maio a Sra. Cristina Leal, presidente da AGIC, como se apresenta no ponto 3.1.1.

As fontes utilizadas foram assim as mais variadas. Para além das leituras, que num trabalho desta natureza se tornam imprescindíveis, para proceder ao enquadramento teórico e à análise do material recolhido através das entrevistas realizadas pelo investigador, tivemos ainda em consideração outras entrevistas dadas pelos representantes dos principais *stakeholders* (SNATTI, AHRESP), assim como outras fontes, como vídeos ou notícias em telejornais ou jornais *online*. O digital foi um veículo privilegiado nesta crise e, por isso, houve da parte do investigador um cuidado em se man-

ter atento a todo o tipo de informação sobre o assunto, que frequentemente, era publicada nas redes sociais e nos *mass media* em geral.

5. Análise dos dados

Os nossos entrevistados tinham uma média de idade de 49 anos, sendo que o mais novo tinha 39 anos e o mais velho 60 anos. Todos trabalhavam pelo menos em 2 idiomas, sendo a Moda o Alemão, com 10 entrevistados que trabalham nesse idioma. Relativamente ao agregado familiar, 5 destes profissionais entrevistados viviam sós, sendo o maior agregado familiar apenas de 3 elementos. Parece que, estes profissionais não têm muito tempo para se dedicar a grandes famílias, pois a profissão é muito envolvente e todos se dedicam o mais possível a ela, afirmando muitos ser esta a sua paixão.

Dos 13 entrevistados, a maioria (10) não estava minimamente afetada psicologicamente devido ao estado de emergência, tendo mesmo vários afirmado que estavam a apreciar esse tempo que

¹³Oficiais no sentido de terem um curso específico de turismo que lhes deu uma carteira profissional de âmbito nacional até 2011 ou certificação obtida através de formação académica seguida de prova realizada pelo SNATTI ou AGIC.

tinham agora livre, para procederem à sua contínua formação, para organizar as suas bibliotecas/material informativo que se vai acumulando, desenvolver algumas atividades desportivas, ou outras, para as quais nunca havia tempo, ou simplesmente, usaram esse tempo para descansar, “armazenando assim forças para quando futuramente houver serviço”, como disse um deles.

Houve também quem referisse que aproveitou esta época para se atualizar relativamente “aos digitais”, que parece não ser um campo onde os PIT se sintam ainda muito à vontade¹⁴. Encontramos no entanto, a vontade de se modernizarem e acompanharem a evolução dos tempos e nesse sentido, estavam vários profissionais a desenvolver o seu próprio *site* e, inclusivamente, um deles estava a desenvolver a oferta de *tours* virtuais, apesar da maioria considerar o digital apenas como uma ferramenta ou um complemento como forma de marketing, pois não acreditam que as pessoas venham a substituir as visitas presenciais pelas visitas virtuais.

Em contrapartida, todos os entrevistados se sentiam muito afetados financeiramente pelo facto desta crise os apanhar desprevenidos, numa altura crítica, que é o final da época baixa. No entanto, visto que estes profissionais correm sempre o risco de sofrerem algum revés, como por exemplo, partir uma perna ou a doença de um familiar, que os pode impedir de exercer a profissão, quase todos eles têm alguma pequena reserva, que lhes permite encarar a situação com alguma serenidade, desde que, tal como eles dizem: “não se prolongue por muito tempo”.

Neste sentido, e apesar de se notar alguma insatisfação por parte destes profissionais do modo como o Estado se tem comportado relativamente à profissão de guia-intérprete, permitindo um certo declínio da mesma através da desregulamentação; o apoio agora dado aos Recibos Verdes, categoria em que todos os nossos entrevistados se enquadra-

vam, revelou-se para eles como muito importante, pois deu-lhes alguma confiança apesar de na sua opinião, esta ser uma “pequena ajuda”, pois segundo alguns afirmaram, o valor pago anualmente à segurança social não se traduz na quantia que consistiu este subsídio. De qualquer forma, esta ajuda surpreendeu-os, pois tal como disse um deles: “não estava realmente a contar com nada, visto ser a primeira vez que temos ajudas... já é algo”.

Esta profissão parece dar grande liberdade de ação, pois verificámos existir uma grande variedade de possibilidades de trabalho: guia local ou de circuitos, em Portugal ou no estrangeiro, acompanhando individuais ou grupos com diversos interesses (culturais, religiosos, de negócios, etc.). Todos os profissionais entrevistados não pensaram abandonar esta profissão, que consideram altamente recompensadora em termos humanos, tendo uma das entrevistadas dito mesmo: “já deixei a profissão duas vezes, e duas vezes regresséi”. Para além de gostarem muito do que fazem, há também outras condicionantes, que de certa forma impedem que os guias-intérpretes, facilmente, abracem outras profissões. Devido à confrontação destes profissionais com a súbita falta de trabalho, houve 4 entrevistados, que puseram na verdade a hipótese de procurarem, temporariamente, outras ocupações. Foram no entanto, confrontados com algumas dificuldades, principalmente, devido à idade e também pelo facto de serem profissionais qualificados com uma formação muito específica.

Quando questionados relativamente às perspectivas para a profissão em 2020, houve 2 entrevistados que se apresentaram muito otimistas, mas a maioria (7) não acredita que venham a trabalhar no presente ano e outros 4, apesar de manterem alguma esperança de vir a trabalhar no 3º trimestre do ano, que sempre foi época alta para esta atividade, estavam conscientes de que iria ser um ano

¹⁴Na altura em que este artigo foi escrito estavam estes profissionais qualificados a preparar um *site* em conjunto, para que mesmo os mais afastados das novas tecnologias, pudessem usufruir delas e fazer parte deste novo mundo. O *site* chama-se Tourist Guides Portugal e oferece *tours* nos diversos idiomas.

mau, apesar de “os clientes terem vontade de viajar” como afirmaram 3 dos entrevistados. Houve ainda quem chamasse à atenção de que muitos dos seus clientes “são idosos e podem ter receio, para além de que muitos estão de luto e outros têm de ajudar familiares durante a crise económica que se avizinha”. Estes profissionais têm assim consciência das dificuldades e condicionantes que as pessoas terão num futuro próximo em termos de viagem, constituindo assim, seguramente, um aspeto negativo para a sua profissão. Parecem estar mentalizados que esta crise profissional dure pelo menos um ano.

Outro impacto da crise que os preocupa é uma eventual redução da sua contratação por parte das agências de viagens. Essa redução, poderá passar pela diminuição dos grupos ou individuais que usem os seus serviços, seja por receio dos próprios clientes em terem junto a eles um elemento desconhecido a acompanhá-los, seja, por questões financeiras, pois a dimensão do grupo diminuirá e o valor dos seus honorários será mais difícil de diluir no orçamento. Os nossos entrevistados referem ainda que a pandemia faz com que as agências se tenham de reinventar, pois irá reduzir muito o número de visitantes, o que porá em causa a própria sobrevivência de algumas agências. Consideram que apesar de não ser conveniente, mas dependendo do que se vai passar em termos da oferta de voos e hotéis, poderá haver um aumento de custos, o que possivelmente, para 7 entrevistados se traduzirá numa tentativa de baixar também os preços dos seus honorários, o que não foi bem visto pela maioria dos entrevistados, pois quase todos concordaram em considerar manter preços, mas não baixar¹⁵.

Apesar desta situação, há por parte dos entrevistados a esperança de que esta crise possa vir a introduzir mudanças de certo modo positivas, pois as alterações far-se-ão não só relativamente

à quantidade de visitantes, mas também no que respeita à sua qualidade, pois como alguns deles próprios afirmaram: “agora quem quer viajar paga” ou “quem viaja tem dinheiro” e ainda, um dos entrevistados diz: “acabou-se o turismo rasca”.

Relativamente às medidas a adotar para retomar a atividade de forma segura, acreditam que as entidades responsáveis, como a DGS, lhes deverá dar as diretrizes. No entanto, todos eles referem o distanciamento social, a maioria refere o uso das máscaras, apesar de alguns considerarem ser complicado, não percebendo como conseguirão falar todo o dia assim. Estes profissionais estão na sua maioria dispostos a ir trabalhar, havendo apenas 1 deles que afirmou não pretender arriscar nos próximos tempos e, 3 deles mostraram-se receosos, admitindo questionar-se, se realmente arriscariam ir trabalhar. Um deles afirmou ter receio não por si, mas sim pelo seu familiar próximo, que sendo idoso, pertence a um grupo de risco. Como equipamento de proteção, também o desinfetante é considerado por todos como essencial. Relativamente às luvas, apenas 5 consideram usar, preferindo lavar/desinfetar frequentemente as mãos. Um dos entrevistados mostrou-se receoso perante a higienização do ar condicionado no autocarro e referiu já ter adquirido uma capa para o microfone do autocarro, que é um dos prováveis focos de infeção, visto serem utilizados por várias pessoas. Para eles a efetiva desinfeção dos autocarros é fundamental, sendo para alguns também imprescindível proceder ao controlo dos clientes à chegada a Portugal, de modo a que todos se possam sentir em segurança.

6. Conclusões

Neste artigo, pretendemos apresentar a forma como uma classe profissional experienciou a sua situação perante a pandemia e como considera ser

¹⁵ Este último ponto deixa os guias-intérpretes algo receosos de terem de lutar novamente pelos seus direitos, como já aconteceu anteriormente, o que poderá criar fissuras no seu relacionamento com as agências, que como foi dito anteriormente são os seus parceiros preferenciais.

possível adaptar-se a uma nova forma de estar no turismo, enquanto não se descobrem medicamentos eficazes e/ou não se ministra uma vacina de modo a que tudo possa voltar ao “normal”. Sabemos, no entanto, que a normalidade nunca poderá ser aquela que vivenciávamos antes desta crise e muitos dos nossos inquiridos tinham consciência disso.

Verifica-se que os guias-intérpretes têm grande capacidade de adaptação a novas situações, bem patente na forma como lidaram com o confinamento, pois podemos afirmar que se não fosse pelo impacto negativo no campo financeiro, a quarentena parece ter sido vista pela maioria dos entrevistados, quase como um momento positivo. Foram capazes de aproveitar bem o tempo para fazer algo útil, não tendo sido por isso muito afetados psicologicamente.

Passado o primeiro impacto da pandemia, começou-se a pensar no futuro e a procurar soluções para uma retoma da atividade turística. Assim, o mês de maio de 2020 foi o momento fundamental para o *brainstorming*, o qual permitiu o aparecimento de diversas estratégias adotadas pelos diversos intervenientes na cadeia turística, sendo os guias-intérpretes um importante elemento de ligação entre muitos deles. Esta actividade, apesar de ter de se desenvolver agora noutros moldes, continuará a existir no seu perpétuo movimento de avanços e retrocessos, levando estes últimos, normalmente, à busca de novos caminhos inovadores que de outra forma nunca seriam trilhados.

Assim, também os guias-intérpretes se preocupam com estas questões, mas apesar das medidas que estão dispostos a desenvolver, cumprindo todas as regras de segurança que sejam definidas pelas entidades responsáveis, consideramos que esta profissão será das últimas a recuperar. Essa dificuldade de recuperação baseia-se nos seguintes fatores:

i. Novos tipos de turismo levam a que os

visitantes sejam mais autónomos, usando as novas tecnologias e sendo mais individualistas, por isso, os serviços de um guia-intérprete nem sempre são requeridos, situação agravada agora por questões de higiene e segurança, por esta ser uma profissão de proximidade;

ii. Quando requerem esses serviços, os visitantes nem sempre o fazem junto a profissionais qualificados, pois desde que a profissão foi desregulamentada em 2011, encontram-se muitas pessoas a exercerem esta profissão sem formação para isso, o que retira serviços aos guias-intérpretes e compromete a qualidade do serviço. O motivo para esta escolha baseia-se muitas vezes em questões económicas, que serão também agravadas pela crise económica que se avizinha;

iii. Os seus parceiros preferenciais são as agências de viagem, que a curto e médio prazo terão grandes dificuldades financeiras, sendo obrigadas a alterar os preços de modo a seguirem protocolos estabelecidos, podendo por isso, a contratação dos serviços de um guia ser muito comprometida, pois para além do número de grupos tender a diminuir, também a sua dimensão deverá ser reduzida, fazendo com que os seus serviços sejam para muitos demasiado dispendiosos;

iv. Estes profissionais trabalham, principalmente, com o mercado externo, que será aquele que terá mais dificuldades na recuperação, devido a todas as condicionantes relativas à mobilidade de pessoas.

v. Por último, os principais clientes dos guias-intérpretes são visitantes de uma elevada camada etária, que foi muito ameaçada pela COVID-19 e enquanto não houver tratamento adequado e/ou vacina, tenderá a reduzir as suas viagens.

Porém, na opinião dos nossos inquiridos, nem tudo é negativo, as viagens tenderão a ser mais calmas, fugindo ao paradigma dos programas sobrecarregados e dos grupos de grande dimensão, que apareceram como resposta às questões concorrenciais que faziam parte do anterior paradigma, o que se relacionava já com alguns problemas relacionados com a sobrecarga turística. Os clientes terão também de ser mais compreensivos e flexíveis perante os novos programas condicionados a um maior tempo necessário para os cumprir e, ainda, eventuais condicionamentos às visitas, as quais terão de ser agora, simultaneamente, informativas e seguras, decorrendo por isso noutros moldes.

Neste sentido, o desempenho dos guias-intérpretes poderá fazer a diferença na transmissão de confiança e segurança, o que dá resposta à nossa questão de como podem e devem contribuir estes profissionais para a retoma do turismo. Estão dispostos a proporcionar aos seus clientes não só o seu conhecimento cultural, mas também o seu conhecimento ao nível mais prático, direccionado para a actual situação: onde ir, quando ir e as condições de segurança dos locais a visitar e muitas outras questões que se levantam nas diversas etapas de uma viagem. Os guias-intérpretes, sendo responsáveis tanto pelos individuais, como pelos grupos que acompanham, podem controlar melhor os seus movimentos, respeitando horários de visita antecipadamente marcados por estes profissionais ou pelas agências de viagem, que eles representam, evitando grandes aglomerações e riscos desnecessários. É impreterível uma maior confiança nos profissionais e, para isso, é necessário que se usem os serviços de profissionais qualificados para exercer essas funções, os quais devem apresentar as competências, que advêm de uma formação científica e tecnológica, como referem Santos Veloso e dos Santos Queirós (2019).

Em todo este processo falámos dos guias-intérpretes como elementos em constante formação, que gostam do que fazem e são capazes de se adaptar a novas condições de trabalho, utili-

zando devidamente os EPI e colaborando na sua utilização por parte dos turistas. São profissionais cientes da sua capacidade em avaliar o risco das situações e transmitem nas entrevistas realizadas, uma grande vontade de voltar a trabalhar, apesar de algum receio perante a pandemia, tentando por isso, preparar-se para exercer a sua profissão nas melhores condições de segurança, usando máscara, por muito que lhes custe, mantendo distanciamento, adotando outras estratégias, como a obtenção do selo Clean & Safe junto do TP, estando após esta formação, preparados para garantir a máxima segurança perante qualquer eventual situação, tornando-se assim elementos ativos para a segurança e bem-estar comum.

Esperamos que este trabalho tenha contribuído para um melhor conhecimento desta profissão e tenha permitido perceber o valor deste grupo profissional, que tem um contacto privilegiado com muitos visitantes, principalmente estrangeiros, o que lhes dá também uma grande responsabilidade como representantes do seu país, responsabilidade essa, que estes profissionais assumem um pouco como missão. Apesar de todas as dificuldades, estes profissionais acreditam no futuro e acreditam que irá haver sempre quem procure os seus serviços, como importantes mediadores culturais, tendo por base a interação humana e a qualidade do serviço, que segundo Hsu et al. (2009) é uma das determinantes para a satisfação dos visitantes. Esperemos que os visitantes tenham essa percepção e continuem a utilizar futuramente estes profissionais, os quais poderão também em muito “contribuir para o turismo sustentável” (Brito & Farrugia, 2020, p.8).

Esta crise veio introduzir novos paradigmas na atividade turística, que caso venham a ser devidamente explorados, permitirão uma verdadeira aposta nos fatores segurança, qualidade e sustentabilidade. De certa forma, podemos reconhecer alguns impactes positivos da COVID-19, pelo simples facto de ter levado, obrigatoriamente, ao questionamento de hábitos e posturas, questionamento

esse, que se traduz em novas formas de pensar e viver, que se vão refletir aos mais variados níveis da sociedade, inclusivamente, no que diz respeito à atividade turística, onde se enquadram os guias-intérpretes, que nesse sentido, cumprindo e fazendo cumprir as regras, muito poderão ainda contribuir para uma melhor imagem e performance do seu país como destino turístico seguro e de confiança.

Referências

- Ap, J. & Wong, K. (2001). Case Study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22,(5), 551-563.
- Brito, L. M. (2020). The Consequences of Guiding Profession Deregulation for the Status and Training of Tourist Guides: a Portuguese Overview, *International Journal of Tour Guiding Research*, Vol. 1: Iss. 1, Article 7.
- Brito, L. M. (2013). *Informação Turística – A arte do guia-intérprete: entre a cultura do turista e do destino*. Chiado Editora, Lisboa.
- Brito, L. (2008). O guia-intérprete: mediador intercultural. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 10, 67-84.
- Brito, L. M. & Farrugia, G. (2020). On Tourist Guiding: Reflecting on a Centuries-old Profession and Proposing Future Challenges, *International Journal of Tour Guiding Research*, Vol.1:Iss. 1, Article 3.
- Cravido, F. (2006). Turismo e Cultura: dos Itinerários ao Lugar dos Lugares. In M. L., Fonseca (coord.) *Desenvolvimento e Territórios: Espaços Rurais Pós Agrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer* (269-278). Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Hjalager, A. (2007). Stages in the Economic Globalization of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 34 (2), 437-457.
- Hsu, C., Chan, A., Huang, S. (2009). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: A Study of The Package Tours in Shanghai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 34 No.1, 3-33.
- Knowles, T., Diamantis, D. & El-Mourhabi, J. (Eds.). (2004). Globalization. In *The Globalization of Tourism and Hospitality – A Strategic Perspective*, 13-17. (2nd Edition). London, Thomson Learning.
- Morales, J., Guerra, F., Serantes, A. (2009). Bases para la Definición de Competencias en Interpretación del Patrimonio, Fundamentos teóricos y metodológicos para definir las Competencias Profesionales de Especialistas en Interpretación del Patrimonio en España. *Seminario Permanente de Interpretación del Patrimonio, Centro Nacional de Educación Ambiental – CENEAM*, España.
- Rabotic, B. (2010). Tourist Guides in Contemporary Tourism. In *International Conference on Tourism and Environment*, Philip Noël-Baker University, Sarajevo, 4-5 March, 353-364.
- Santos Veloso, A. & dos Santos Queirós, A. (2019) The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage. *Journal of Tourism and Heritage Research*, Vol 2, nº4, 308-326.
- Fontes online:
- AT - Autocarros de Turismo (2020) Frota Azul (accedidos a 20.05.2020) www.frota-azul.pt/downloads/info_09_03_2020.pdf
- Barraqueiro transportes - <https://www.barraqueirotransportes.pt/coronavirus-covid-19-barraqueiro-transportes-s-a/>
- CP - Comboios de Portugal (2020). Comunicado sobre Covid-19 (acedido a 20.05.2020) <https://www.cp.pt/passageiros/en>
- FEG- European Federation of Tourist Guide Associations (2020) it COVID-19 Pandemic and Next Steps in Tourism - the Tourist Guides' Perspectiv (acedido a 13. 05.2020) <https://www.feg-touristguides.com/post.php?i=covid-19-pandemic-and-next-stepintourism-the-tourist-guides-perspective#.XruXmb84A8h.facebook>
- Frota Azul - www.frota-azul.pt/frotaazul/A-Empresa
- Junceiro, P. (2020). Covid-19: Metro de Lisboa desinfetado com produto que tem efeito durante um mês. In *Motor 24 - Futuro em Movimento* (acedido a 20.05.2020) <https://www.motor24.pt/motores/covid-19-metro-de-lisboa-desinfetado-com-produto-que-tem-efeito-durante-um-mes/859574/>
- Observador (2020). Jornal online (acedido a 25 de Maio 2020) <https://observador.pt/opiniao/pela-reabertura-imediata-do-pais-ao-turismo-externo/>

Richards, G. (2014). Tourism Trends: The convergence of culture and tourism. (Acedido a 25.06.2020) https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trendsThe_convergence_of_culture_and_tourism

TP – Turismo de Portugal (2020a) Visão Geral. (acedido a 6.05.2020) http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx

TP - Turismo de Portugal (2020b). Clean & Safe – Empresas de Turismo (acedido a 20.05.2020) <http://business.turismodeportugal.pt/pt/noticias/>

[Paginas/turismo-de-portugal-cria-selo-esta\beleecimento-clean-safe.aspx](#)

TP - Turismo de Portugal (2020c). Clean & Safe - Guias-intérpretes (acedido a 27.05.2020) <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/selo-clean-safe/Paginas/selo-clean-safe-guias-interpretes.aspx>

TP - Turismo Portugal (2019). Conta Satélite do Turismo. (acedido a 6.05.2020) <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/conta-satelite-do-turismo-2018.aspx>