



NOVA

IMS

Information
Management
School

MGI

Mestrado em Gestão de Informação
Master Program in Information Management

Dissertation

Analysis of The Santiago de Compostela Portuguese Path from the perspective of Smart Tourism concepts

Gabriel Monteiro Calil Salim

Dissertation presented as partial requirement for obtaining the Master's degree in Information Management

NOVA Information Management School
Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação
Universidade Nova de Lisboa

NOVA Information Management School
Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação
Universidade Nova de Lisboa

DISSERTATION

ANALYSIS OF THE SANTIAGO DE COMPOSTELA PORTUGUESE PATH FROM THE PERSPECTIVE OF SMART TOURISM CONCEPTS

by

Gabriel Monteiro Calil Salim

Dissertation presented as partial requirement for obtaining the Master's degree in Information Management, with a specialization in Marketing Intelligence.

Advisor: Miguel de Castro Neto

July 31, 2021

*I thank my family and friends for the opportunity and support they gave me
to be able to complete this journey.*

ABSTRACT

The objective of this study is to understand how the advent of technologies can help to bring more tourists to the Santiago de Compostela Portuguese Path. Considering some information collected, there is an enormous difference between the number of pilgrims that choose the French path to reach the destination instead of the Portuguese path. Regarding this situation, this study aims to understand the motivations, behaviors and needs of the pilgrims during their quests with the ambition to bring valuable information for the Portuguese tourism market, based on a bibliographic analysis of studies of smart tourism, Experiential marketing, tourism marketing and a investigation of the information collected on interviews with pilgrims that have already finished the Portuguese path and a research on official websites that guide the tourists planning their route.

KEYWORDS

Smart Tourism; Santiago de Compostela; Marketing; Tourism Marketing;

INDEX

1. Introduction	8
2. Study Objectives	10
3. The Camino de Santiago de Compostela	11
4. Smart Tourism Destinations	14
4.1. Conceptualizing Smart Tourism Destinations.....	14
4.2. Experience in Smart Tourism Destinations.....	17
4.3. Tourist Journey	19
5. Tourism Marketing.....	21
5.1.1. Tourism Marketing Definition	22
5.2. Marketing Mix.....	22
6. Methodology.....	25
7. Research results.....	29
7.1. Interviews results.....	29
7.1.1. Promotion and Communication	30
7.1.2. Pilgrims Experience.....	31
7.1.3. Technological scope.....	32
7.2. Participant observation results.....	34
8. Results and analysys	40
9. Conclusions	47
10. References	49
11. Annexes and Apendices.....	i
11.1. Interview Questionnaire	i
11.2. Interview 1	ii
11.3. Interview 2	xvi

FIGURE INDEX

<i>Figure 1: Ranking of Santiago de Compostela Routs in 2018</i>	12
<i>Figure 2 Map of Santiago de Compostela Portuguese Paths</i>	13
<i>Figure 3: Assessment criteria for the Europe Capital of Smart tourism Initiative</i>	16
<i>Figure 4: Tourist Journey model</i>	20
<i>Figure 5: Traditional Marketing Mix</i>	24
<i>Figure 6: Marketing Mix Applied to Santiago de Compostela Path</i>	24
<i>Figure 7: Tourist Journey in Santiago de Compostela Path</i>	34
<i>Figure 8: Homepage of Santiago Compostela path within Spain</i>	35
<i>Figure 9: Walkthrough on the Official site Santiago Compostela path within Spain</i>	37
<i>Figure 10: Additional information at Official site Santiago Compostela path within Spain</i>	38
<i>Figure 11: Additional information at Official site Santiago Compostela path within Portugal</i>	40

Table Index

<i>Table 1: Evaluation Matrix Model.....</i>	<i>17</i>
<i>Table 2: Influence of technologies on Tourists Journey.....</i>	<i>20</i>
<i>Table 3: Evaluation Matrix of Santiago de Compostela Portuguese Path</i>	<i>46</i>

1. INTRODUCTION

The Portuguese economy had a new protagonist in the last few years, tourism. Tourism in Portugal has become an important source for the country's ascension after the 2008 global crisis. This importance of the sector is shown in the preview made from the Portuguese Bank (*Banco de Portugal*) of the Gross Domestic Product for the year of 2021, that, regarding the study, tourism will account for 9,3% of the entire GDP of Portugal.

Analyzing this fact, not only is it important just maintaining these numbers, but keeping them growing to enhance the Portuguese economy. In that way, we must look for tendencies in the global market, not just in tourism area, but also in some behaviors of customers around the world, to see some opportunities inside Portugal territory and to explore a good touristic place.

As reported by a global research of the Allied Market Research (AMR) (Allied Market Research), there is a prediction that the adventure tourism market can reach a growth of 13,3% of the Compound Annual Growth Rate (CAGR) between the years of 2019 and 2026.

There are many tours and paths in Portugal considered Adventure travel, being one of them the very famous Santiago de Compostela path. With a large variety of paths, starting from many places in Europe, the Portuguese Path of Santiago de Compostela is the second most used by peregrines, with 20,72% of the total peregrines in 2018, statistical report. Despite the good position in this aspect, there is still a gap of 36,16% between the numbers of tourists that choose the French path to the Portuguese.

As a first step, the use of enhanced technologies and the experience of the peregrines during the quest to accomplish the Santiago de Compostela Path. It is intended, with this study, to analyze the “smart” experience of tourists based on the investigation of what has been written about and applied to touristic destinations around the smart tourism and experiential marketing market niche.

The motivation of this study is based on the possibility of exploration, by the Portuguese Government, of a niche in the tourism market that was shown before. This study can bring some relevant information that can better guide the approach into the Portuguese Santiago de Compostela

path and, with that, create projects, strategies and advertisements that can be as important and attractive to the peregrines of the Portuguese path.

2. STUDY OBJECTIVES

The general objective chosen for this study comes based on the problem identification of how new technologies can help bring more tourists to the Santiago de Compostela Portuguese Path. Hence, the main objective of this study is to bring valuable information that can lead stakeholders and governments to incorporate the Santiago de Compostela Portuguese Path inside of the Smart World. To reach this objective we set up the following specific objectives that can help us achieve our goal.

- Find out how smart tourism concepts can be applied to help increase the number of tourists into the Portuguese Path of Santiago de Compostela;
- Analyze problems in Portuguese path and propose upgrades based on the study of smart tourism and tourism marketing, to make the path more comfortable for the traveler;
- Examine the behavior of travelers throughout the path, what is their most important needs and their relation to technologies during the path;
- Find out the main motivations to complete the quest.

3. THE CAMINO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

The pilgrimage to the city of Santiago de Compostela in the northwest side of Spain is currently known as one of the biggest religious touristic spots on earth. The legend about the place tells that in that city lies the tomb of Saint James the Great, one of the apostles of Christ. Since the IX century, the route has spread through the European continent. Nowadays, the sanctuary receives an average of 300.000 tourists a year, in 2018 the city reached 327.378 pilgrims from all the routes that lead to the city.

In comparison to other religious spots, like Rome, Jerusalem or even Fatima, Santiago de Compostela distinguishes itself since the other sites reveal an attention to the final destination and Compostela is known much more for the journey itself and then to the city and atmosphere of the place. Murray and Graham (1997) assume that

“... the experiences obtained along the way are at least as important as the destinations themselves. Indeed, the route can be experienced without necessarily ever arriving at its objective; in turn the destination can be experienced without following the route.” (Murray and Graham, 1997, pg.514)

In 1987, the routes were chosen as the First European Cultural Itinerary, titled by the European council. Since 1993, the Camino de Santiago de Compostela has figured in the list of World heritage list made by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

Today, tourists have multiple routes that lead to the city. Beginning from numerous places in the European continent, the following table shows the most known paths and their respective number of peregrines in the year of 2018.

Camino	Nº de Peregrinos
Camino Francés	186199 (56,88%)
Camino Portugués	67822 (20,72%)
Camino del Norte	19040 (5,82%)
Camino Primitivo	15038 (4,59%)
Camino Inglés	14150 (4,32%)
Camino Portugues de la Costa	13841 (4,23%)
Via de la Plata	9127 (2,79%)
Muxia-Finisterre	1131 (0,35%)
Camino de Invierno	703 (0,21%)
Otros caminos	326 (0,10%)

Figure 1: Ranking of Santiago de Compostela Routs in 2018

Source: <http://oficinadelperegrino.com/wp-content/uploads/2016/02/peregrinaciones2018.pdf>

Inside the Portuguese territory there are variations of routes that lead to Obradoiro Square in Santiago de Compostela. The route is marked from Lisbon to the destination. Apart from innumerable tourists choosing to start their journey from the city of Porto or even or closer, at the city of Tui, on the Spanish territory. The image below depicts the most known Portuguese paths to Compostela.

4. SMART TOURISM DESTINATIONS

The advance of technology through the years is a phenomenon that is clearly seen modifying the way people live. This creates a niche market that needs to adapt their approach to customers. This is also applied to the tourism market, in this fashion, some studies about how technologies could help the growth of cities, their number of citizens and tourists, have been made in the academic field.

To start reaching the objectives of this study, it is necessary to understand the concepts of Smart Tourism Destinations that are available. There are various authors that approach this subject and each one with their own perception about the theme, but also with some similarities. In this chapter we will see what literature has in common and map one own definition.

4.1. CONCEPTUALIZING SMART TOURISM DESTINATIONS

To better understand the concept of Smart Tourism Destinations, it is necessary to trace a definition of “Smart”, “Tourism” and “Tourism destination” separately. Starting from Tourism, the United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2008) define tourism as a

“... social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which imply tourism expenditure.” (UNWTO ,2008).

UNWTO also defines touristic destinations as:

“A physical space with or without administrative and/or analytical boundaries in which a visitor can spend an overnight. It is the cluster (co-location) of products and services, and of activities and experiences along the tourism value chain and a basic unit of analysis of tourism. A destination incorporates various stakeholders and can network to form larger destinations. It is also intangible with its image and identity which may influence its market competitiveness.” (UNWTO, 2019, pg.10).

Concerning the idea of Smart, Gretzel (2015), says that the concept of smart is not based just on current advancements of technologies but also an interconnection between information, communication and the available technologies that constitute smartness of the current days.

This separation of terms is important because as seen in the academic field, some authors defend the idea that a Smart Tourism Destination is given by the immersion of Smartness inside a touristic destination. Regarding Wang (cited by Jasrotia, 2018), “The literature on smart tourism

destinations shows that these tourism destinations use Information and Communication Technologies (ICT) to enhance the development and production of tourism processes”.

Furthermore, Buhalis (2013), allege that to bring “Smartness” into a touristic destination, there must be an interconnection between stakeholders through the same platform.

Beyond the concepts of smart tourism, it is also important to understand the significance of adding the idea of Smart inside Touristic destinations. Huang (2012) says that “the real sense of Smart Tourism is to focus on tourists’ need, combining the information intelligent technology with casual culture, tourist innovation industry, to promote tourism service quality” (Huang, 2012, pg. 444). So, in this sense, we can assume that nowadays bringing the smartness to the tourism market can help improve tourists’ experience.

Complementing this idea of experience improvement in the inclusion of smartness to the tourism market, Boes (2015) says that:

“Consequently, Smart Tourism Destinations can be perceived as places utilizing the available technological tools and techniques to enable demand and supply to co-create value, pleasure, and experiences for the tourist and wealth, profit, and benefits for the organizations and the destination.” (Boes, 2015, pg.394)

Furthermore, The European Capital of Smart Tourism (2019) defines Smart tourism as

“A destination facilitating access to tourism and hospitality products, services, spaces and experiences through ICT-based tools. It is a healthy social and cultural environment, which can be found through a focus on the city’s social and human capital. It also implements innovative, intelligent solutions and fosters the development of entrepreneurial businesses and their interconnectedness” (The European Capital of Smart Tourism initiative, 2019)

Beyond that, the initiative says that

“Smart tourism responds to new challenges and demands in a fast-changing sector, including the evolution of digital tools, products and services; equal opportunity and access for all visitors; sustainable development of the local area; and support to creative industries, local talent and heritage” (The European Capital of Smart Tourism initiative, 2019)

Thereby, Smart tourism is implemented in many different cities providing it achieves the outcomes of enhanced resource management, sustainability, and competitiveness. And there are five main methods of its application: smart accessibility options, smart sustainability initiatives, smart information sharing, smart research and management tools, and smart tourist experiences.

This initiative evaluates and rewards smart tourist destinations since 2019 with the aim of developing the smart tourism sector within the European territory. As an evaluation method, they consider four Categories, Accessibility, Sustainability, Digitalization And creativity and cultural Heritage. On this program it is utilized the following evaluation matrix over the cities that are applying for the title of Capital of Smart tourism.

This table serves as a basis for the construction of an evaluation matrix, based on the research carried out, to verify what have on the Portuguese road to Santiago de Compostela and what do not have in the scope of Smart tourism observed in this chapter. The next table serves as an assessment guide for the analysis proposed in this study.

ASSESSMENT CRITERIA	CATEGORY 1: ACCESSIBILITY	CATEGORY 2: SUSTAINABILITY	CATEGORY 3: DIGITALISATION	CATEGORY 4: CULTURAL HERITAGE AND CREATIVITY
CRITERION 1: How smart and feasible are the implemented measures?	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS
CRITERION 2: How convincing is the strategic approach in terms of sustainable actions? How durable are the measures over time?	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS
CRITERION 3: How inclusive are the implemented measures for different social groups?	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS
CRITERION 4: Is there a system of indicators aimed to determine the effectiveness of the measures? How effective are these measures?	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS	MIN 0 – MAX 5 POINTS
MAXIMUM SCORE	20	20	20	20

Figure 3: Assessment criteria for the Europe Capital of Smart tourism Initiative

Source: <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/>

Categories	Analysis Points	There is	There is Not
Acessibility	Acessibility on the routs for tourists with special needs		
	Acessibility on Hostels and Restaurants for tourists with special needs		
	Information Given in multiple languages		
	Easy access to information in the web		
	Internet connectivity on routes between cities		
Sustentability	Measures aimed at reducing tourism seasonality		
	Involvement of Communities on behalf of a better experience of peregrines		
	Digital information in place of physical (maps, badges, stomps, etc.)		
Digitalization	Apps to help and guide the tourists		
	Intercommunication Between cities aiming more security of tourists		
	Booking process on hostels through internet		
	Systems for hostels and restaurants to manage the number of tourists, avoiding overbooking.		
Creativity and Cultural Heritaage	Use of Portuguese culture to attract tourists to the Portuguese Path of Santiago de Compostela		

Table 1: Evaluation Matrix Model
Source: Adapted from <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/>

The points of analysis that appear on the table above were made based on the evaluation criteria given by the European Capital of Smart Tourism initiative together with some concepts that were presented in this chapter. This mode is fulfilled on the analysis part of this study based on the answers that were given by the interviews and the observations through a field research on the digital scope.

Since the experience of tourism is observed in some definitions of Smart Tourism destination, we must deeply understand how to enhance the experience of tourism of travelers with the smartness inside of this scope.

4.2. EXPERIENCE IN SMART TOURISM DESTINATIONS

In order to be a successful tourism destination, it must develop some basic resources to achieve this status. Buhalis (2000) defines the 6As (attractions, accessibility, amenities, available packages, activities, ancillary services) as responsible to add value to the touristic destination and its experience, also bringing the place benefits and profit.

In addition to the idea of experience in the tourism market, Buonincontri (2016), see at the tourism industry, a continuous adjustment related to the tourist's behavior, that are "actively collaborating with service providers in order to co-create their own tourism experiences" (pg.7). The author, also affirm that

"Modern tourists, in fact, want to combine their resources with those at destination with the purpose of living experiences able to satisfy in a better way their specific needs, and are prepared to directly interact with the destination supply system in order to live custom experiences." (Buonincontri, 2016, pg.7)

To better understand the statement given by the author, it is important to know the definition of co-creation that is cited. "Co-creation can be briefly described as including tourists and other possible stakeholders in the innovation process of new concepts in leisure and tourism." (Salvado et al. 2011, pg.239)

In this regard, it is possible to understand that, nowadays, consumers or tourists have a desire to be part of and help to build the experience inside the touristic destinations. There are an enormous number of websites, apps and other tools that make people connect their experiences and help to co-create a valuable and rich environment for the destination.

Smart tourism destinations are beneficial for the tourism industry as they facilitate information exchange between tourism organizations and tourists through a centralized platform. Smart Tourism Destinations could gain insights about customers' actual needs and preferences. Effective engagement

among tourists and the service providers is important to provide products to meet the needs of the tourists successfully.

Subsequently, understanding the meaning of Smart Tourism Destinations and what is an experience inside this niche market, it is important to focus on how to manage and promote the touristic destination. For that reason, it is important to better understand how tourists guide their journey of consumption of the touristic destination, so in the next subchapter it will be shown some concepts about tourist journey.

4.3. TOURIST JOURNEY

For the analysis that this study is aimed at, it is important to understand how consumer journey is made when inserted in the tourism sector. Yachin (2018), identifies in the consumer journey three phases, Prospective phase, Active phase, and Reflective Phase. The first of them the author describes as

“The prospective phase involves information search, decision making and the booking process itself. This phase also includes the time after the experience was booked and before the actual trip. In the prospective phase, the value is embedded in anticipation the customer dreams about the forthcoming experience, builds expectations and imagines the experience.” (Yachin, 2018, pg 203.)

Based on this concept, it is understood that, in this first phase, the tourist, in addition to planning and gathering information, already begins to have an expectation of the experience that will be experienced during the visit to the tourist destination. About the second Phase the author says that

“In the active phase, both the customer and the firm are at the same place at the same time. The experience (the core of the activity) is preceded and followed by in-situ transition moments. At this phase, the interactions between the firm and customer are arguably most intense, and value is created through participation.” (Yachin, 2018, pg 203.)

At this point, the author transcribes how the formation of the experience lived by the tourist is given according to their relations with the tourism companies "the firms" that are providing their services, for this study we can apply this to the stakeholders who are present during the journey, such as restaurants, hostels, and shops.

Finally, the author argues that in the reflective phase “value is created through a recollection of the experience, using a nostalgic reinterpretation of events, satisfaction, and enhanced self-image” (Yachin, 2018, pg 203.)

In addition to this, Shen, Sotiriadis and Zhang (2020) argue that during the visitor experience cycle it includes

“... anticipation, arrival, the visit itself, departure, recollecting, and sharing the experience. The journey starts with information search about a tourist attraction, and includes the trip, visiting the attraction, venues and exhibits (experiencing the attraction itself), recollecting, and sharing the experience.” (Shen, Sotiriadis and Zhang, 2020, pg 6.)

Yachin (2018), establishes a customer journey model applied to the tourism sector. This model was used as the basis for the analysis of this study, where the perceptions of pilgrims collected during the in-depth interviews were placed.

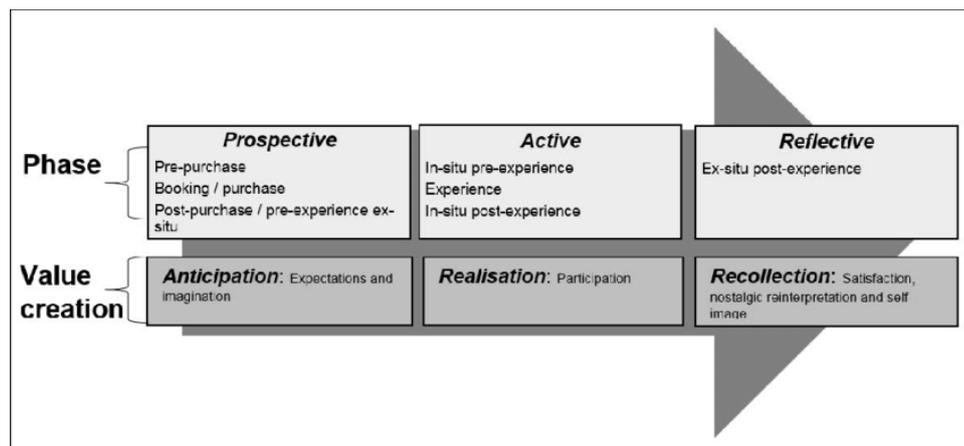


Figure 4 - Tourist Journey model
Source: Yachin, 2018, pg 203

In addition to this vision, the authors make a framework where they consider the uses of technologies during the tourist journey mentioned above, and their influence on the tourist experience. The table below shows how technologies are used at each stage of the process, and how it will affect the tourist experience. This framework is important for the analysis that is aimed at this study so that it can have a more accurate view and a more accurate assessment of the object being studied.

Phase of Journey/Visit Experience	Uses of Smart Technologies	Their Influence on Visitors' Experience
First Phase/Prospective Phase (Pre-visit)	<ul style="list-style-type: none"> • Collecting information, opinions, and feedback from various sources • Getting information about tourist attractions • Searching related tourism products and services • Planning the trip/visit 	<ul style="list-style-type: none"> • Searching and planning • Reducing decision risk • Increasing interest in • Building an understanding
Second Phase/Active Phase	<ul style="list-style-type: none"> • Reading online reviews and comments • Making short-term decisions • Making mobile communication and transactions • Collecting and recording moments/memories of the experience in the form of video, image, audio, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitating navigation and communication • Enhancing convenience and speed. • Enhancing experience, flexibility, engagement, and enjoyment • Making short-term decisions • Recording and storing/collecting memories
Third Phase/Reflective phase (Post-visit)	<ul style="list-style-type: none"> • Sharing videos, images, texts, etc., on SM/SNSs • Sharing data and knowledge • Posting reviews and giving advice 	<ul style="list-style-type: none"> • Recollecting memories • Sharing experiences • Evaluating (making recommendations and suggestions)

Table 2: Influence of technologies on Tourists Journey
Source: Shen, Sotiriadis and Zhang, 2020, pg 6-7.

5. TOURISM MARKETING

5.1.1. Tourism Marketing Definition

The concept of Marketing defines that one of its goals is not only to sell but also to improve society as a whole. For tourism marketing, this would include the city, those who live there, and the community. The city has a mission to provide for the needs of its residents, including maintaining the infrastructure, providing for public safety, and encouraging economic development. Tourism can bring substantial economic benefits, including increasing tax revenue so that more money is available to maintain infrastructure, attracting visitors who may one day move to the city, and providing economic development by attracting new businesses (Kolb, 2017).

Therefore, when it comes to the international field the tourism industry has a big impact on the global economy, this can be seen in the numbers of the previous years. In 2017, the Travel and Tourism global market reached a value of \$ 5.29 trillion and had a growth of 41,9% in the last 10 years, according to the Oxford Economics Global Travel Market Study.

This importance gives a necessity to pay more attention to this niche and adapt some studies related to the economic sphere, to have a continuous growth of the market. Due to this fact the Marketing sector must also adapt their concepts to fit this important niche.

Regarding Lopes (2011).

“Tourism marketing can be defined as a management process through which tourism organizations identify their selected, present and potential customers, and communicate with them (depending on the degree of intermediation) to understand and influence their needs, wants and motivations at local, regional, national and with the aim of designing and adapting their tourism products in accordance with accordance with the objective of achieving optimum tourist satisfaction and meeting the objectives of the organization.” (Lopes, 2011, pg.14)

5.2. MARKETING MIX

In this section, we will see each of the marketing mix applied to the tourism segmentation market. Regarding Kotler (1998, p. 97), marketing mix is "the set of tools the company uses to achieve its marketing goals in the target market." The tools that the author is referring to are the 4 p's of marketing: Product, Price, Place and Promotion.

Starting from the product, Kotler (2000), conceptualizes products in the marketing mix as the benefits that the consumer are looking for such as quality, performance and innovation. If we transport this idea to the tourism market, the product of the marketing mix will reach similar characteristics but not equal to the one described above. In tourism we can assume as an important characteristic for the “Product” the quality of the experience. In this sense to the Santiago de Compostela path we can assume as the product, the quality of the road, the interconnections between the cities, the support in case of injuries during the path, or any characteristics that can make the tourist choose the Portuguese path then the others.

The Price in the marketing mix is the price the consumer buys goods in stores. This session of the marketing mix the manager of companies must consider factors like, costs to create the product, other market values, financial power of consumers and others, before listing the price of the product. Applying this concept to the tourism market we can assume as price, the costs that each peregrine has during his journey and then, make an average budget. As for the object of this study, the price is not easy to manage, as we have a lot of factors that we cannot administer, this part is important to also give an overview in comparison to other paths.

The Place on the marketing mix is the physical space that the product is being sold, for this market that is being studied, it will be considered the same concept, over here we assume as place the conditions of cities and of the route that can lead the tourist to a better experience on his quest.

At last, Promotion is how the product is being promoted to the clients of the market. For this study we also assume this concept as important to have an overview of the advertising, not just from the government part, but also from the stakeholders, hotels, restaurants of cities that make part of the route.

The images below illustrate the idea of Marketing Mix when it is turned into a product and the idea that it's going to be utilized in this study.



Figure 3 Traditional Marketing Mix
Source: Pinterest



Figure 4 Marketing Mix Applied on Santiago de Compostela Path
Source: Adapted from Pinterest

6. METHODOLOGY

The methodology chosen will be described in this chapter in order to reach the objectives proposed. Following the identified problem this thesis wants to solve: *How can new technologies help bring more tourists to do the Santiago de Compostela Portuguese Path?* It is important to better understand the phenomenon that was established of why there is a discrepancy between the number of peregrines that choose the French path to Santiago de Compostela, besides the Portuguese.

In order to solve the question proposed by this study, qualitative research was chosen to get to the final analysis of this thesis. Hennink, Hutter & Bailey (2020) argue that the “purpose of qualitative research is to seek a contextualization, an understanding of a phenomenon, explain behavior and beliefs, identify processes and understand the context of people's experiences.” (pg.17)

Therefore, a qualitative study was necessary for understanding the possible reasons for the number of pilgrims on the Santiago de Compostela Portuguese Path being so inferior to pilgrims taking the French Path, and therefore analyze whether the advent of new technologies can help change this scenario.

Two methods of qualitative research were chosen, so that more accurate information can be provided. Here, both in-depth interviews with pilgrims who have already taken the route were used and analyzed using information available on sites such as Participating Observation, in which the researcher takes the position of pre-tourist, in this case, who seeks information online to plan his pilgrimage.

In the academic field, the design of mixed methods has always been imbued with quantitative and qualitative methods so that it is possible to have more complete results in our research. According to McCuster (2016), “Mixed methods designs can provide advantages when exploring complex questions. The qualitative data provide a deep understanding of survey responses and statistical analysis can provide detailed assessment of patterns of responses.”

Although some authors refer to mixed methods design as quantitative and qualitative research acting together, there are authors who see the possibility of using two qualitative methods, such as Hennink, Hutter & Bailey (2020) say that

“the term mixing research methods is broader and can also compass a combining different qualitative research method in a single study. We, therefore, use the term mixing research methods where researchers combine several research methods either across paradigms (e.g., qualitative and quantitative) or within the interpretative paradigm (e.g., mixing qualitative methods)” (pg.42)

In addition, the authors also argue that the mix of qualitative research methods to be used by the researcher must be guided by the objectives of their studies. Therefore, in this case, we should not only have an observation of the object of study, both from the eyes of the researcher, putting in analysis his knowledge based on the studies of smart tourism and tourist marketing. But also consider the perspective of other tourists, to understand their motivations, experiences and desires in relation to the *Compostela portuguese path*. The qualitative method detailed below was chosen for this study.

The first qualitative method was in-depth research. In order to understand the pilgrims' motivations, perceptions, and experiences, the choice of this method is of great importance since it will be possible not only to analyze the answers given but also to understand the emotions that the interviewees went through during their pilgrimage.

Regarding Hennink, Hutter & Bailey (2020) In-depth interviews

“An in-depth interview is a one-to-one method of data collection that involves an interviewer and an interviewee discussing specific topics in depth. In-depth interviews may be described as a conversation with a purpose. The researcher’s purpose is to gain insight into certain issues using a semi-structured interview guide. During the in-depth interview, the interviewer asks questions and motivates the interviewee to share their perspectives. However the interviewer and interviewee are not only asking and responding questions; they also react to each other’s (perceived) appearance, identity and personality. This situation influences what and how the issues are discussed in the interview.” (pg. 116)

Therefore, information was collected through in depth interviews with pilgrims who have already completed the route. Seeking to have a greater perception of the answers given by the interviewees, a guided script of semi-structured questions was used so that the "conversation" could flow more spontaneously.

The second qualitative method chosen was observational. Regarding Patton (1980)

“The purpose of observational data is to describe the setting that was observed, the activities that took place in that setting, the people who participated in those activities, and the meanings of what observed [...] The value of observational data in evaluation research is that evaluation users come to understand program activities and impacts through detailed descriptive information about what has occurred in a program or how the people in the program have reacted to what has occurred”. (pg. 202, 203)

The choice of this method is related due to the importance for the researcher to be immersed in the environment that is being studied and enable understanding of the reality of the object.

To be more specific, the type of observational method used is the participant observation. In this type of field research, the investigator is involved in the environment and participates in the event occurring in the study.

Regarding Laurier (2010) Participant observation

“... it is, as the name implies a method based on participating and observing in which field notes, sketches photographs or video recordings are used as a method of data collection. The basis of this approach is to become or stays close to the spatial phenomenon being studied as possible and it is thereby quite distinct from methodologies that emphasize distance and objectivity”. (pg. 116)

In this sense, the participant observation had the function of immersing the researcher within the universe of his object of study. Thus, the researcher participated in the phenomenon studied as a pilgrim who sought information in the digital context to be able to plan the trip. This method was used so that the researcher could analyze as a participant in the travel planning process made by pilgrims and thus find points of interest related to the theories studied in previous chapters.

It is worth mentioning, in this part, the researcher's frustration in not being able to make the pilgrimage on the way to Santiago de Compostela due to the pandemic caused by the epidemic disease Covid-19 in 2020, the year this study was written. Despite this situation, even though the research method through participant observation of the researcher was not fulfilled entirely, it nevertheless brings great importance to this study, and the objectives of this thesis are co-related to the technological and digital context in which the object of study is immersed.

Through the combination of two qualitative research methods it was possible, with the answers and observations given by the research, to make a structured analysis based on the concepts previously studied. Some of the most relevant answers given by the interviewees of the in-depth interviews will be displayed in the next chapter, as well as the observations found in the digital context regarding the path of Santiago de Compostela under the perspective of those planning their pilgrimage.

7. RESEARCH RESULTS

This chapter shows the results of the research made. From the best insights that emerged from interviews and the analysis of the digital information that was taken from web sites and apps described on the methodology of this paper. This chapter is divided in two parts, one dedicated to the results of the interviews made with people who have already completed the Santiago de Compostela Path and the other to describe and analyze the official websites and apps available in the digital environment as well as its main evaluations and comments from its users.

7.1. INTERVIEWS RESULTS

With interviews done with 3 different peregrines, one Brazilian living in Brazil, a Portuguese resident in Brazil and a Brazilian student resident in Portugal, approximately 180 minutes of conversation were made and analyzed in this chapter. The transcripts of the interviews can be found in the annexes of this study, except for the interview made with Portuguese who, for reasons of confidentiality, chose not to record the interview. However, notes were taken for the analyzes made in this study.

It was intended to understand the experiences of pilgrims who have already completed Portuguese path, as well as their complaints and suggestions for improving their experience. Through a script of questions that guided the interviews, it was possible to note important points for the construction of the analysis intended.

The questions sought to highlight the perceptions of the pilgrims in relation to the experience they had linked to the theories studied in this thesis, so that they would not manipulate their responses avoiding harming the quality of the research. Thus, the research script was divided into 4 parts

The first part was the introductory questions, in order to immerse the interviewee in the research object.

The second part, we sought to bring information about the promotion and communication of the path, in order to highlight the perceptions of pilgrims in relation to the marketing done by the destination tourist, object of study of this thesis.

The third part, questions directed respondents to answers in relation to the experience they had along the Path, in order to perceive the emotional experience under the optics of both the theories of smart tourism and the optics of tourism marketing.

Finally, an attempt was made to understand through a block of questions in relation to the technological environment, seeking to understand through the interviewees' perceptions of the Camino De Santiago de Compostela, how tourist destination adapts to the change of technology in the modern world, and whether the advent of technology could be important for the development of the experience lived by the interviewees.

The next subchapters will show a few lines that were acquired during the interviews and were base for the intended insights to build the analysis that objective this paper.

7.1.1. Promotion and Communication

From the perspective of the interviewees, we can see that the greatest form of attraction of tourists and pilgrims to the tourist destination of the Portuguese Way of Santiago de Compostela is done primarily through word-of-mouth referral. As detailed by the interviewee who tells how she chose the path as a tourist destination for a renewing experience

“When I made the path, I had resigned from the jobs I was on. And I said: "I need to think about my life. I need to know what I want to do, where I want to go." A friend of mine had gone to Santiago a year before I went and my aunt had gone a few years ago. And the two said: "Wow, Santiago was great for me to think about my life." I said, "Oh, that's what I want in my life." (T. Daré, personal communication, December 19, 2020)

Another interviewee reports that he already had a dream of walking the path through his readings of Paulo Coelho's book, "The Pilgrimage". From that point on, he had the opportunity to make the Compostela route on the Portuguese side. Through some friends who had already made the pilgrimage, he got to know an association in Brazil that helped future pilgrims.

“ There is this association in Rio de Janeiro that we got to know through a colleague who had already done the Compostela path and gave us this tip. They send everything, the credential and everything organized, as well as the suggestion of the path, the steps and material for us to receive the stamp” (M.Miled, personal communication, December 20, 2020)

Therefore, it is possible to see that the tourist destination studied here lacks the possibility of communicating with possible tourists who relish this type of adventure. So that the dissemination of experiences and experiences are made through tales that remain from people who have already lived this experience.

7.1.2. Pilgrims Experience

The search for answers about the experiences during the pilgrimage, given interesting insights by the interviewees, about the scope of the resources that are given during the pilgrimage, about their motivations and experiences as tourists and on the spiritual plane.

In the first place, opinions were perceived about the resources along the way that the pilgrims came across, resources either related to accommodation or signaling along routes between cities. “I was very well received. I didn't face any structural problem. All-encompassing structural, logistics, facilities, food, guidance” (M.Miled, personal communication, December 20, 2020)

The interviewee even gave an example that happened where his trunk had broken along the way and he emphasizes that is “Amazing how the path offers resources. In the same place where I was, I got a trunk identical to the one that had been broken, of the same brand and the same material”

However, the only difficulty that was presented by the respondent was in relation to accommodation in public hostels along the journey. According to the respondent.

“We find it difficult because the pilgrim who makes the journey on foot walks only one step and starts to stop at lunchtime. It starts at six o'clock in the morning and completes the stage around lunchtime or at most until two o'clock in the afternoon. As we were on bicycles, we did three stages and always arrived later in the cities. When we arrived at the hostels, they were already full. We use hostel a lot.” (M.Miled, personal communication, December 20, 2020)

Another interviewee commented that much of the help, supplies, guides were often received through other pilgrims or even residents of the cities they arrived in or employees of hostels and

restaurants in these destinations. About this, the interviewee emphasizes the importance of the experience lived in the tourist destination. According to her.

“When you walk the path, the wanderers seem to be your childhood friends, your long-time family. And people kind of know each other, you walk, you walk with someone else, you pass by, you are in the same hostel” (T. Daré, personal communication, December 19, 2020)

Now under a gaze focused on the emotional experience lived by the pilgrims, the respondent says that.

“I went on the path hoping to have a spiritual experience. No matter what you are looking for on the path, the path that generates the feeling and emotion, it is not you who chooses the feeling and emotion that the path will give you. That was my great experience there” (M.Miled, personal communication, December 20, 2020)

Still on this subject, the pilgrim emphasizes that each experience is unique for each person. According to the respondent “The path for each one has a representation. The path is not a bed of roses. It might be for some, it wasn't for me. I had joys, I had moments when I was angry, my emotions varied a lot.”

7.1.3. Technological scope

Under the field of information collected through interviews about the technology used during the route to Santiago de Compostela and the opinions of respondents about its functionality applied to the studied tourist destination, it was observed that under the eyes of tourists, technology in this type of tourism it would not be a value-added for the lived experience. Regarding on of the respondents

“For me, the internet could be really good for before the trip. What, for example, I knew I had to take and, even so, I thought it was little, getting there, I found it was a lot, because someone told me. I wouldn't be aware of these things. So, I think the internet helps you with that, in the pre-path. It helps you with what you need to take in your suitcase, what are the cities, how many kilometers would you walk from one city to another, if you stay in this city, can you sleep in this or that hostel. This path you walk so much, this one you walk so little. So for those things, I think the internet can help. Along the way, I don't think the internet should be used” (T. Daré, personal communication, December 19, 2020)

By continuing to talk about her use of technology, the respondent emphasizes that.

And one thing I did, of course, I had my cell phone, but one thing I did, I read someone talking on the internet, which I think was the most amazing thing I saw, that deleted all my social networks. I did as I used to. So I ran out of Facebook, Insta, Whatsapp. Everything, I

literally deleted everything ...Actually, I only had Facetime, which I called my mom, like: hi, I'm alive, I'm fine. I haven't died on the trail yet and it turned off.... And technology doesn't let us think. There will always be someone blowing the whistle, there will always be something. And people talk and I felt that kind of in everyone who was walking the path.... I had very interesting conversations because of this lack of technology So, like... With the cell phone, everyone would be in their own world. There was not going to be this exchange. I think these exchanges that make Santiago amazing (T. Daré, personal communication, December 19, 2020)

Regarding the other respondent, this one emphasizes how the technological items were used during his path, "I personally used my cell phone a lot as a camera. I photographed all the path. At the end of the day, I reported on Facebook what had happened and a lot of people followed me all along my route," (M.Miled, personal communication, December 20, 2020).

Differently from what the previous interviewee mentions, in this case the pilgrim used his social networks to show his trajectory during the route. In a way this was important to him, as a way to communicate with his family and friends who were in another country.

However, it is noteworthy that the respondent says that despite having used technological gadgets to keep photographs of his passages he had taken along the route and at the end of the day communicate with his family through social networks, he did not feel the need to use his devices to get information on routes between cities. For the respondent,

"If I needed to make the journey today without Google's guidance and use the cell phone only as a camera, I would do it calmly. All reservations we made in advance did not have to be made. All the orientations that we sought to keep us on the path or something that we lost the arrow, were all in "word of mouth". It wasn't in technology that we looked to the guidance feature" (M.Miled, personal communication, December 20, 2020)

Therefore, we can see that for pilgrims, the information that is given by non-technological devices, such as the direction arrows, the map mentioned by the respondents, the help and hospitality of residents and employees of hostels and other establishments belonging to the path, are most sufficient and important for the experience and what tourists expect on their pilgrimage.

In addition, a diagram of the tourist's journey is also proposed so that we can perceive the behavior of them in each phase of their journey, regarding technologies. This will serve to give a better understanding of the various responses that have been collected above.

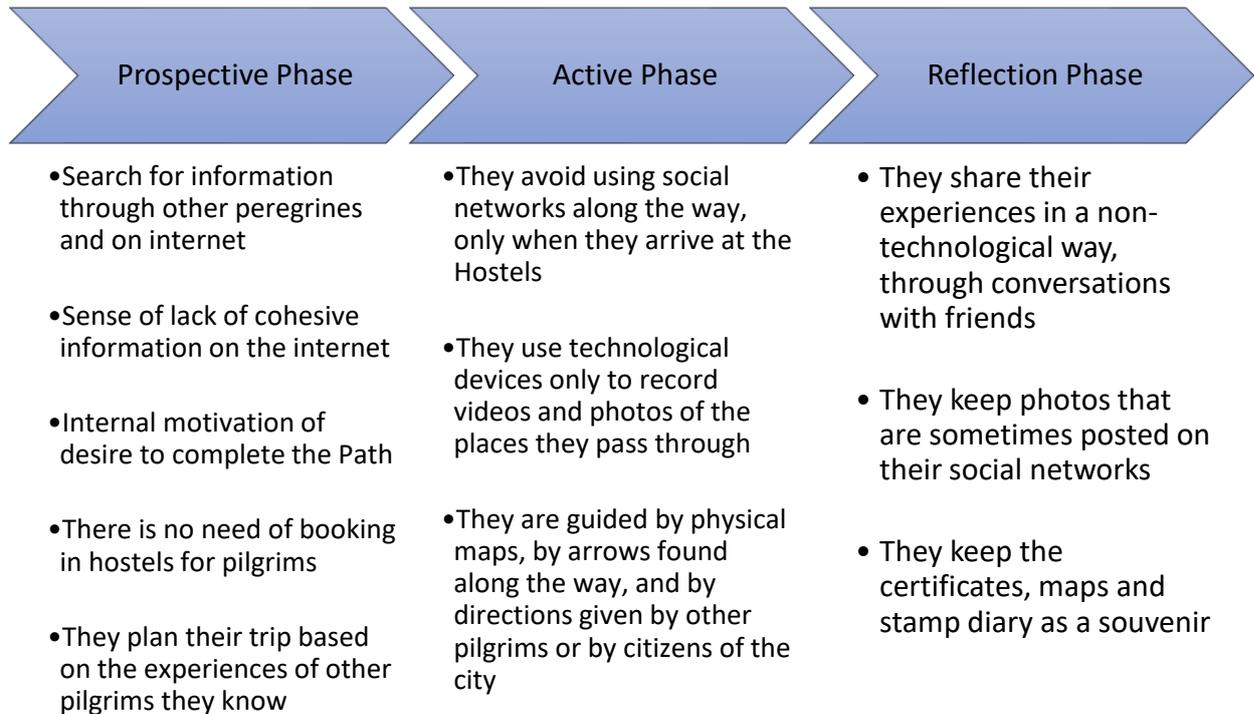


Figure 7: Tourist Journey in Santiago de Compostela Path

However, it is worth emphasizing the importance given to the use of technology for the preparation of the pilgrimage as mentioned above, that is, in the collection of information necessary for the pilgrim to better organize his route, so in the next subchapter an analysis is made of the information contained in the technological field, Websites and apps, which are made available by official sources.

7.2. PARTICIPANT OBSERVATION RESULTS

In the digital scope of information collected about the Santiago de Compostela Portuguese Path, a large amount of content and guides have been identified that can help pilgrims to choose the best path for them. This information is not only linked to the Portuguese route, on the official website of

the Santiago de Compostela path we can access a variety of information according to each of the most recognized paths, 10 in total.

The official website provides valuable information, such as distance to be covered, difficulty of the route and information on tourist points, stays and food stations. This information is of great relevance for pilgrims who are planning their trip.

In the image below we have print screens of the information given by the official website of Compostela route as well as navigation to demonstrate the customer journey inside the website, to reach the information that can lead to a better choice among the variety of paths are available and also lead to a better experience during his pilgrimage in the Santiago de Compostela path.



Figure 8: Homepage of Santiago Compostela path within Spain

The official website brings a lot of relevant information to pilgrims who plan their route to get to the city of Santiago de Compostela. In addition to historical content detailing all the history behind the journey, the website also provides information on proper preparation care, such as training for physical and mental conditioning, advice on what is necessary to carry in your backpack, among other information that can help pilgrims have a more peaceful, pleasant experience.

There is also a function for pilgrims to plan their trip, they have the option to choose between making their own plans for daily mileage goals, how many days they intend to spend on the route, which way they will travel the route and which of the routes they will choose, or opt for a pre-structured plan with the total kilometers divided by the cities that make up the routes. Below is an example of the planning options.

The image displays three screenshots of the official website for the Camino de Santiago, illustrating the planning options available to pilgrims.

Top Screenshot: "Como prefere fazê-lo?"
 This section offers two main options for planning the trip:
 - **PREFIRO QUE O FAÇAM PARA MIM**: "Pode escolher qualquer um dos itinerários para que lhe indiquemos uma distribuição por etapas, onde poderá seleccionar e armazenar os pontos que sejam do seu interesse." A button labeled "ESCOLHO ESTA OPÇÃO" is provided.
 - **QUERO PLANIFICAR POR MINHA CONTA**: "Vamos fazer-lhe algumas perguntas e, em função das respostas dadas, apresentamos uma proposta de etapas, que poderá personalizar e adicionar pontos que sejam do seu interesse." A button labeled "QUERO EXPERIMENTAR" is provided.

Middle Screenshot: "Os itinerários"
 This section lists various routes with brief descriptions and images:
 - **Caminho Francês**: "O Caminho Francês é o itinerário jacobino com maior tradição histórica e a mais internacionalmente conhecida."
 - **Via da Prata**: "Previamente à Astúria e à Estrada, entra na Galiza pelas Portas do Penedo e de Castro, e passa por uma sucessão de vales de montanha e de Lamas até chegar a Ourense."
 - **Caminho Primitivo**: "O Caminho Primitivo de peregrinação a Compostela foi o primeiro a ser percorrido por peregrinos devotos, chegado de norte para sul através de Travesseiros, pontões, de granito e granito jacobino."
 - **Caminho de Fisterra e Muxia**: "Este itinerário jacobino tem a sua origem na cidade de Santiago e a sua meta no topo Fisterra e no Santuário de Virxe da Barca de Muxia."
 - **Caminho Inglês**: "Para sua itinerário alternativo, Ferrol e Coruña são os pontos de partida das suas alternativas ao Caminho Inglês. Este itinerário alternativo foi seguido por estudantes e académicos que preparavam a viagem."
 - **Caminho do Norte**: "A seguir da peregrinação a Santiago pelo caminho da costa, atravessamos galiza interna no período imediatamente posterior à descoberta da cidade da apostolado Santiago Maior."

Bottom Screenshot: "Caminho Português"
 This section provides details for the Portuguese Camino:
 - **Caminho Português**: "O culto jacobino teve no Caminho Português um território fundamental para entender a verdadeira dimensão internacional do fenómeno das peregrinações."
 - **Caminho Português da costa**: "Este itinerário ganhou relevância sobretudo a partir do século XII, após a independência de Portugal. O seu traçado herdou estradas e caminhos antigos, como a Via XIX, construída no século I. C., que ligava Braga a Astorga através de Poente de Lima, Trás-os-Montes, Santiago e Compostela."
 - **Distâncias**: "Caminho Português: 117,5 Km (Distância Média-Baixa); Caminho Português da costa: 152,6 Km (Distância Média-Baixa)."
 - **Mapa**: A map shows the route from Santiago de Compostela to various points in northern Spain and Portugal.

Figure 8: Walkthrough on the Official site Santiago Compostela path within Spain

Following with the information and tools given by the official website, there is also an area where the pilgrim can access everything he will know during his journey, as well as a network of accommodation for those. In this area you have access to the most famous tourist spots in each city where the pilgrim will rest, in addition to information on restaurants and food outlets.

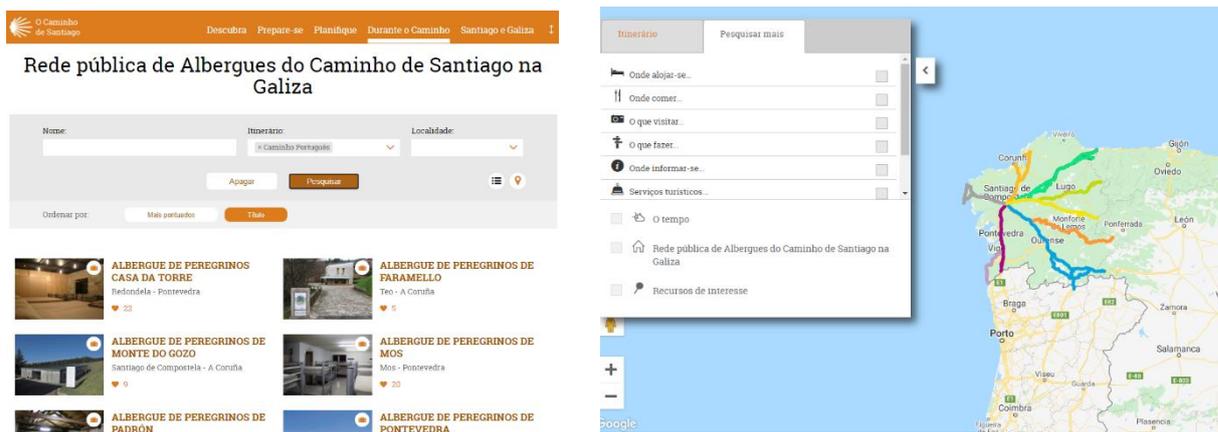


Figure 9: Additional information at Official site Santiago Compostela path within Spain

However, there is a flaw in the information provided, all of which only refers to the part of the path that is traveled within Spanish territory, as we can see on the Figure 7 . This can create difficulties for pilgrims who take this information to base themselves and outline their goals and objectives during their pilgrimage.

The pilgrim also has access to a community with other travelers who will be walking the trail on similar dates, this can bring more tranquility and encouragement to travelers, in the sense that they will be accompanied by other people if they have any difficulties on the route, in addition to creating connections among people improving their lived experience.

All tools and information can be downloaded on any smart device in the Android and IOS versions. The app is rated 2.8 stars out of five on the Play Store and 3 stars on the Apple Store. This way the pilgrim can access information saved on the smart device, making it easier to find himself in the stretches between cities and to better locate himself in relation to his objectives during the pilgrimage.

As previously mentioned, all the information and tools made available by the website described above, only refer to the parts of the routes that are traveled within Spain, so it is necessary to search

for information in the digital environment that guide pilgrims who choose for traveling the Portuguese path of Santiago de Compostela.

In order to have thorough information, searches were made on both official and non-official. Thus, the website <http://www.caminhoportuguesdacosta.com/pt>, sponsored by the Portuguese government was chosen as a point of analysis. In addition to the information already analyzed on previous sites, this web site also brings extra information of great value to pilgrims who are planning their route. One of this additional information is the explanation of the signs found during the route, what they mean. In this part of the website there is information about any possible signposts along the way, preparing pilgrims, in case they are lost along their tracks. The image below we have a screenshot of how the information is exposed on the digital platform.



Figure 10: Additional information at Official site Santiago Compostela path within Portugal
Source: <http://www.caminhoportuguesdacosta.com/pt>

This guide is of great importance for travelers, so that in the absence of communication and access to online and telephone networks, they can help each other to reach their stopping points, tourist spots and other destinations they have planned to visit. It is worth mentioning that this fixed referral system during the Compostela route was well commented in the in-depth interviews described here in the previous sub-chapter. Some of the pilgrims interviewed mentioned the great value of this

system, emphasizing that when they walked the path, there was not so much technological assistance as smart devices, GPS and others.

8. RESULTS AND ANALYSYS

From the collected and described research results, an analysis was made based on the concepts studied about Smart tourism Destinations and Tourism Marketing. In this analysis, it was intended to answer the questions proposed by this study, as well as to highlight failures and successes so that this study can be used by governments and investors as a way of elucidating possible action plans for tourist destinations that can attract more tourists to Portugal.

The first point to which was possible to verify through the interviews, is related to the use of technologies along the way. As we can see, pilgrims feel no need to use technological devices to guide themselves or even to communicate. In addition to the lack of need, it is worth mentioning their lack of desire for technology during their pilgrimage. So that the route is seen by many as a place of high spiritual and emotional knowledge, where they rely on intercommunication between pilgrims during the route and mutual assistance between pilgrims, residents of the villages and the staff of hostels, restaurants and other establishments that provide services to tourists in those cities.

As noticed in the interviews, pilgrims place great value on non-technological means to get information along the way, signs are considered sufficient to guide pilgrims to their destinations and avoid getting lost along the way. Another item of great value is the pocket map that the vast majority of pilgrims use to guide themselves. It provides information about the cities pilgrims find on their route, as well as information about what they have in terms of hostels, hotels, restaurants, etc.

Finally, still in relation to the technological issue during the trail, pilgrims emphasize the help of residents who live in towns that are part of the route. This support not only helps pilgrims by getting to know people along the trail, but also improves their experience.

Although pilgrims do not need technological devices to make their pilgrimage, it is worth mentioning that technology could be present to assist service providers who are in this environment. In this context, applying some studied precepts regarding Smart Tourism can be an important factor to better manage the quality of the services provided by Hostels, restaurants etc. during the pilgrimage, thus being able to improve the experience lived by the pilgrims. Technological tools could

be used, for example, to monitor the departure of pilgrims from the cities and where they arrived or meant to arrive, that way cities can be better prepared to receive these tourists, in addition to alerting in case any pilgrim gets lost or has a problem during their walk.

Even though technology has not been found necessary for many tourists along the route, it was also perceived as positive regarding information available online on the way to Santiago de Compostela. The case here is not related to the lack of information, but to its disorganization due to the amount of information available online. There are several blogs, websites and apps that spread information about maps, routes, stays and restaurants along the way. This large number of information can cause confusion for tourists who intend to plan their trips.

Therefore, available information in digital media could be more concise and simpler for pilgrims who are planning their pilgrimage. One way to solve this problem through digital media would be to unify the platforms analyzed in the participant observation, as well as to obtain information resources from non-official blogs and give them certificates that prove the good quality of information there. This way, tourists would be able to choose where to collect the information they need to better plan their route, adding value to their experience with the tourist destination, even before putting their feet on the trail.

An interesting fact in relation to the information available on websites, which many interviewees reported differently was the ways for finding information, some searched youtube, others through blogs and google.

This leads us to a discussion about the communication of the touristic destination studied here. The Santiago de Compostela Portuguese path could better explore digital communication to bring more tourists to Portugal. Therefore, it is important to improve the online communication of the Camino de Santiago de Compostela, in order to compile the various information available on the websites and blogs, so that you have easier and more credible information.

An important point to emphasize is the map, already mentioned earlier and pilgrims' credentials. Both tools are purchased at the starting points pilgrims choose to take. The credentials are used for verification. As soon as the pilgrim arrives in a city on the route of the Santiago de Compostela, he will receive a stamp that proves his passage through that city. Upon arriving in Compostela, if the visitor has traveled more than 100 km, will be presented with a certificate of the Compostela path.

Through Marketing concepts, these tools are of great importance for increasing the perception of quality and lived experience. Regarding Grönroos (1995).

” Due to the high degree of intangibility, it is usually difficult for the customer to evaluate a service. How to assign a distinct value to "trust" or "tact", for example? Therefore, it is usually suggested in the literature that it should become a tangible service for customers, using concrete physical evidence such as plastic cards and various types of documents” (p. 39).

In this sense, the tools mentioned here are a way of making tangible the emotions held by pilgrims during their walks, however the other paths of Santiago de Compostela also do the same. So there is a possibility here that companies can provide services to digitize these additions as a way of highlighting the Portuguese Path in ahead of others, in this sense the pilgrim, besides having the credentials, maps and certificate as a tangible assets, can have an app where would be able to recollect memories digitally, thus being able to share experiences with friends from social networks or even with other pilgrims, thus being able to attract more tourists to the route through spontaneous advertising.

The development of this type of digital gadget can also be linked to the idea of monitoring tourists who are traveling the Santiago de Compostela route. Tourists arriving in the cities where they make their stops could, in addition to the stamp given, could have their credentials scanned through a QR-code or the credential itself. The arrival information would be computed and stored in an information network for the purpose of monitoring the incoming and outgoing tourists from each city, thus assisting service providers, city halls and other agents who participate in the tourist process, to improve the experience lived by tourists.

This idea could open a range of opportunities in relation to the commercialization, dissemination and planning of infrastructure in cities and the routes among them. It would be possible, for example, for tenants, restaurants, hotels, and other merchants from the cities immersed within the tourist destination studied here, to communicate more accurately to the tourists who are in the cities at that time, all through the information computed by the detailed gadget. It is also worth mentioning here the improvement in quality experienced by tourists who could have a safer experience, knowing that they will not have the risk of being left without protection throughout their journey.

As one of the aims of this work is to understand the reasons why the number of pilgrims in the Portuguese Route of Santiago de Compostela is lower than that of the French route, it is worth highlighting a fact analyzed during the in-depth interviews. One of the reasons why there is a great disparity in this number is due to the fact that the original path is the French one, therefore, for all the religiosity that exists behind it, this one is most sought by religious pilgrims. However, this can be a way to differentiate tourist destinations, in this sense the Portuguese Route could be "sold" to tourists who are looking for an adventurous tourism experience.

Regarding marketing perspective, there is a strong point of the Santiago de Compostela path in relation to others, the amount spent during the entire route is relatively lower compared to the cost to travel the French path for example. This is because the Portuguese path, even though it is made from great distance (Lisbon - Compostela), is still inferior to the French. As in this study we focus on the Portuguese coast route, this difference narrows considerably. Another reason why the amount spent is lower is related to the cost of living in each country.

Looking at this point of view, here is another opportunity to attract more tourists to take the Portuguese route, in that sense, looking at the tourist destination as a product, it can be promoted as an opportunity for a faster tourist experience due to its dimension and cost.

For an easier observation and a more concise analysis, here is an evaluation matrix of what there is or not in the Portuguese Compostela path. Based on the evaluation criteria of the competition, it

names the competing tourist destinations as European Capital of smart tourism. As well as criteria presented during the theoretical foundation of this study.

Categories	Analysis Points	There is	There is Not
Accessibility	Accessibility on the routs for tourists with special needs		Routes are not paved
	Accessibility on Hostels and Restaurants for tourists with special needs	Into the city's most of the local business has accessibility	
	Information Given in multiple languages	There is option of multiple languages on the maps	
	Easy access to information in the web		Lack of a concise information on the web
	Internet connectivity on routes between cities	There is connectivity although it is not necessary to be used	
Sustainability	Measures aimed at reducing tourism seasonality		Due to the lack of promotion, the route receives many tourists in a certain period of the year.
	Involvement of Communities on behalf of a better experience of peregrines	Citizens and local businessmen offer a good quality of services giving tourists a good experience.	
	Digital information in place of physical (maps, badges, stumps, etc.)		There is no digital version for these tools, this could be used to control people in each city along the way, among other benefits of this measure

Digitalization	Apps to help and guide the tourists	There are apps that can help tourists, but they are very poorly rated on digital platforms, in addition to mentioning the lack of need for them	
	Intercommunication Between cities aiming more security of tourists		There is no intercommunication between hostels and other entities between each city
	Booking process on hostels through internet		Hostels for this type of tourist do not book their stay. Although not necessary due to the abundance of other stays, this could control hostel capacity as well as dilute tourist seasonality.
	Systems for hostels and restaurants to manage the number of tourists, avoiding overbooking.		As there is no prior appointment at the hostels, there is also no system to prevent this happening. Stays at the hostels are made in order of arrival of pilgrims.
Creativity and Cultural Heritage	Use of Portuguese culture to attract tourists to the Portuguese Path of Santiago de Compostela		There is no great promotion of the path that is done officially, the promotion is done by people who have already done the path. It can be an opportunity to bring the culture of Portugal aiming for a larger number of tourists

Table 3: Evaluation Matrix Model

The table above shows the observations collected during the interviews and participant observation. In order to provide a detailed analysis of the pilgrim's perception in relation to the technologies on the Camino de Santiago de Compostela, it is possible to verify through the table the observations made in each category determined by the European Union.

9. CONCLUSIONS

The main objective of this study was to analyze how technology can be useful so that the Portuguese path of Santiago de Compostela has greater visibility and greater attractions for tourists seeking an experience of pilgrimage and adventure tourism. Through the methods of in-depth interviews and field research in the digital sphere, it sought to understand the expectations, perceptions, and experiences of pilgrims during their journey through the path, as well as what is already available in the technological sphere that can be improved or innovated to attract new tourists to the tourist destination studied here.

It was possible to reach the conclusion that through the eyes of the pilgrim, for this type of tourism, technology is not a great attraction for tourists who seek this kind of adventure. The meaning of completing the route having a spiritual and self-study experience is what attracts tourists the most, so technology would serve as a distraction for pilgrims during their pilgrimage.

Despite this finding, it was also realized that technology could be used in this tourist destination as an aid to tourists in their preparation for their trail. It would thus be a way to promote the Portuguese Compostela path through digital platforms, as well as to bring security to tourists who intend to take the route, having less concerns about what lies ahead, as they would be more prepared to take the path.

It is worth mentioning the importance for people who work and provide services in the cities that are inserted in the routes of the Portuguese route to Santiago de Compostela. For them, the advance of technology applied as a way of organizing the number of tourists who are traveling along the path during a certain period of time may be of great importance, in the sense that they will be able to offer a better quality of their services as well as manipulate actions promotional campaigns for spacing out the number of pilgrims at different times of the year. In addition, it is a way to manage data related to these pilgrims, thus facilitating the communication of the stakeholders mentioned above.

This study contributes to a possible improvement in the experience lived by pilgrims during their journeys, by highlighting the perceptions of pilgrims regarding their experience during the Compostela

path, in this way with the intention to bring more and more tourists to experience the Compostela Path on the Portuguese side. So that it can bring more profit from domestic consumption in the country through the tourism sector that has proved to be of great importance to Portugal in recent years.

Regarding the limits of the study, due to the fact experienced during the years 2020 and 2021, when the Coronavirus pandemic was established, it was not possible to experience the route as a field research method that was intended. As well as the information collected, there were certain barriers to be reached, such as social distancing imposed by the pandemic situation experienced.

Due to the limitations shown above, as a suggestion for future studies, it leaves the possibility of studying, from the perspective of stakeholders on the Portuguese path of Compostela, what their aspirations are and how they see that the concepts of smart tourism can be applied to the tourist destination studied here as well as the possibility of carrying out experimental projects in this area of study. Putting into practice some of the proposals seen in this analysis.

Finally, as a researcher in this study, I leave my contributions to the growth and improvement of tourist activity within Portugal, always aiming for a better experience for tourists who come in search of fun, leisure and unique moments of well-being.

10. REFERENCES

- Boes, Kim & Buhalis, Dimitrios & Inversini, Alessandro. (2015). *Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. Information and communication technologies in tourism* (2015) 10.1007/978-3-319-14343-9_29.
- Buhalis D., Amaranggana A. (2013) *Smart Tourism Destinations*. In: Xiang Z., Tussyadiah I. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Springer, Cham
- Buhalis D., Amaranggana A. (2015) *Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services*. In: Tussyadiah I., Inversini A. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Springer, Cham
- Buonincontri, Piera & Micera, Roberto. (2016). *The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations. Information Technology & Tourism*. 16. 285-315. 10.1007/s40558-016-0060-5.
- European Capitals of Smart Tourism. (2019). *European Capitals of Smart Tourism*. Retrieved July 25, 2021, from <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/select-language?destination=/node/1>
- Fernandes, Carlos & Pimenta, Elsa & Gonçalves, Francisco & Rachão, Susana. (2012). *A new research approach for religious tourism: The case study of the Portuguese route to Santiago*. *Int. J. of Tourism Policy*. 4. 83 - 94. 10.1504/IJTP.2012.048996.
- Grönroos, C., Marques, A. S., & Bekin, S. F. (2004). *Marketing: Gerenciamento e serviços*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. et al. *Electron Markets* (2015) 25: 179. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Guo, Yang & Liu, Hongbo & Chai, Yi. (2014). *The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective. Advances in Hospitality and Tourism Research*. 2. 54-69.
- Harrison, C. & Eckman, Barbara & Hamilton, R. & Hartswick, P. & Kalagnanam, Jayant & Paraszczak, J. & Williams, R.. (2010). *Foundations for Smarter Cities*. *IBM Journal of Research and Development*. 54. 1 - 16. 10.1147/JRD.2010.2048257.
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods* (2nd ed.). Los Angeles, CA: Sage.
- “Informe estadístico Año 2018 Oficina del Peregrino.” (2018, December). Retrieved from <http://oficinadelperegrino.com/wp-content/uploads/2016/02/peregrinaciones2018.pdf>
- Kolb, B. M. (2017). *Tourism marketing for cities and towns: Using social media and branding to attract tourists* (Second). Routledge, Taylor & Francis Group; New York, pp 02-19
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: the millenium edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Laurier, E. (2010). *Participant Observation*. In *Key Methods in Geography* (Second ed., pp. 116-130). London: SAGE Publications.

Lopes, M. (2011). *Marketing no Turismo Estruturação de um Plano de Marketing*. Retrieved 2021, from https://eg.uc.pt/bitstream/10316/15388/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio_Marlene%20Lopes.pdf

Lu, & Villalobos. (2018, December 18). *Turismo vai continuar a crescer acima da economia portuguesa*. Retrieved June 30, 2019, from <https://www.publico.pt/2018/12/18/economia/noticia/turismo-vai-continuar-crescer-acima-economia-portuguesa-1855065>

Murray, M., & Graham, B. (1997). *Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago*. *Tourism Management*, 18(8), 513–524. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(97\)00075-7](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(97)00075-7)

Olívia, Josefina & Salvado, Marques & Ferreira, Ana & Costa, Carlos. (2011). *CO-CREATION: THE TRAVEL AGENCIES' NEW FRONTIER*.

Quinn, P. M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park u.a: Sage Publ.

Shen, Shiwei, Marios Sotiriadis, and Yuwen Zhang. 2020. "The Influence of Smart Technologies on Customer Journey in Tourist Attractions within the Smart Tourism Management Framework" *Sustainability* 12, no. 10: 4157. <https://doi.org/10.3390/su12104157>

United Nations World Tourism Organization. (2008). *Glossary of tourism terms | UNWTO*. Retrieved July 30, 2021, from <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

United Nations World Tourism Organization (Ed.). (2019). *UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs) – Preparing DMOs for new challenges*. Published. <https://doi.org/10.18111/9789284420841>

Wang, F. L. (2012). *Multimedia and signal processing: second international conference: proceedings*. Heidelberg: Springer.

Yachin, J. M. (2018). *The 'customer journey': Learning from customers in tourism experience encounters*. *Tourism Management Perspectives*, 28, 201–210. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.09.002>

11. ANNEXES AND APENDICES

11.1. INTERVIEW QUESTIONNAIRE

1. Dados do entrevistado
 - 1.1. Nome
 - 1.2. Idade
 - 1.3. Profissao
 - 1.4. Nacionalidade

2. Perguntas introducao
 - 2.1. Qual caminho percorreu (porque)
 - 2.2. Quantas vezes ja percorreu
 - 2.3. QUando percorreu o caminho
 - 2.4. Qual metodo utilizou (a pe, bicicleta ...)
 - 2.5. Em que epoca percorreu (Porque)
 - 2.6. O que levou
 - 2.7. Quantos dias durou
 - 2.8. Quanto gastou
 - 2.9. Lugares de estadia
 - 2.10. Com quantas pessoas foi

3. Perguntas com foco em Promocao do caminho
 - 3.1. Como ficou conhecendo o caminho de compostela
 - 3.2. Como se informou para preparar-se para o caminho
 - 3.3. Como fez reservas de suas estadias (se houve)
 - 3.4. Lembra de ter visto alguma publicidade a respeito da pergrinacao que tenha ajudado a decidir fazr o caminho

4. Perguntas em relacao a experiencia
 - 4.1. Conte como foi sua experiencia
 - 4.2. Motivacoes pessoais para completar o trajeto
 - 4.3. Problemas que encontraste durante o percurso
 - 4.4. Aconselharia a alguem para percorrer o caminho
 - 4.5. O que mais te agradou durante o percurso
 - 4.6. O que menos te agradou durante o percurso
 - 4.7. Sentiu algum tipo de inseguranca durante o caminho

5. Perguntas em relacao ao ambito tecnologico
 - 5.1. Como fez para se informar durante o caminho
 - 5.2. Utilizou algum equipamento pra se informar
 - 5.3. Percebeu algum tipo de conectividade entre os concelhos percorridos
 - 5.4. Sentiu falta de uma comunicacao durante o caminho
 - 5.5. Acreditas que o caminho de compostela pode ter uma experiencia melhorada com o advento da tecnologia

11.2. INTERVIEW 1

Gravação: zoom_0.mp3

Duração: [00:51:02]

Legenda	Descrição
(comentário aqui)	Comentários do transcritor. Exemplo: (vozes sobrepostas)
[00:00:00]	Marcação do tempo onde se inicia uma fala
(inint) [00:00:00]	Trecho não compreendido com clareza
Ahã, uhum	Interjeição de afirmação, concordância
Ãhn	Interjeição de dúvida, de incompreensão, ou pensando
Hã	Interjeição que exprime que o interlocutor aguarda a continuidade da fala da outra pessoa
Entrevistador	Não identificado
Entrevistado	Não identificado

Início da Transcrição [00:00:01]

Entrevistado: Fica nos "meus documentos"?

Entrevistador: Ele mostrará onde fica a pasta na hora que terminar a gravação. Depois eu te mostro como faz para passar e eu pego isso.

Entrevistado: Valeu.

Entrevistador: Depois você pode deletar. Show?

Entrevistado: Vamos.

Entrevistador: Onde eu parei? Você fez qual caminho de Santiago? Você foi de Lisboa a Santiago, certo?

Entrevistado: Eu fiz o caminho português, saindo de Lisboa até Santiago.

Entrevistador: De Lisboa acho que só tem um caminho que é por dentro, não é? Não tem caminho na costa?

Entrevistado: Não.

Entrevistador: Só quando chega lá no Porto e bifurca entre a costa e o centro, certo?

Entrevistado: Exato. Inclusive é muito mal sinalizado de Lisboa até Porto.

Entrevistador: Muito mal sinalizado.

Entrevistado: Muito mal sinalizado.

Entrevistador: De Porto a Compostela, você fez qual deles: por dentro ou pela costa?

Entrevistado: Por dentro, pela Serra da Labruja.

Entrevistador: Quando você fez o caminho?

Entrevistado: No final de maio de 2015.

Entrevistador: O que você achou da temperatura?

Entrevistado: Muito boa a temperatura, muito parecida com o clima do Brasil com calor. Acho que só chegando em Compostela que nós pegamos um dia de frio, foi o único dia que eu consegui tirar o casaco da mochila.

Entrevistador: Quanto de frio?

Entrevistado: Uns 5 graus.

Entrevistador: Já está bem frio. Você fez de bicicleta?

Entrevistado: Fiz de bicicleta. Eu e mais quatro pessoas.

Entrevistador: O que você levou?

Entrevistado: Eu levei um bagageiro na bicicleta que quebrou no meio do caminho. (-risos)

Entrevistador: (-risos)

Entrevistado: Impressionante como o caminho oferece recursos. No mesmo local onde eu estava, eu consegui um bagageiro idêntico, da mesma marca e mesmo material. Nesse bagageiro eu...

Entrevistador: Foi em que cidade mais ou menos?

Entrevistado: O bagageiro quebrou descendo, na divisa entre Valença e Tui. Em Valença eu comprei o bagageiro e no dia seguinte nós entramos na Espanha.

Entrevistador: Sim.

Entrevistado: Eu levei no bagageiro um saco estanque com as minhas roupas e material de higiene pessoal. Somente. O bagageiro suportava 10 kg e o meu saco estanque tinha 8 kg.

Entrevistador: Para a bicicleta está tranquilo. Quais lugares você ficou nas cidades? Você ficou nos albergues públicos ou pagaram algum hotel?

Entrevistado: A nossa intenção inicial era de ficar em albergues públicos.

Entrevistador: (inint) [00:04:38]

Entrevistado: Isso. Nós encontramos dificuldade porque o peregrino que faz o caminho a pé anda só uma etapa e começa a parar na hora do almoço. Ele começa às seis horas da manhã e cumpre a etapa por volta do horário do almoço ou no máximo até duas horas da tarde. Nós, como estávamos de bicicleta, fazíamos três etapas e sempre chegava mais tarde nas cidades. Quando chegávamos nos albergues, já estavam lotados. Usamos muito hostel.

Entrevistador: Entendi. O hostel pago e não o albergue público.

Entrevistado: Exatamente.

Entrevistador: Quanto você gastou nessa trip?

Entrevistado: 500 euros.

Entrevistador: 500 euros com tudo?

Entrevistado: Tudo.

Entrevistador: Comida...

Entrevistado: É, nós ficamos 18 dias fazendo o caminho.

Entrevistador: Vocês saíram de Lisboa da igreja de Santiago?

Entrevistado: Exatamente.

Entrevistador: Ali perto da Santa Luzia.

Entrevistado: Isso. Chegamos um dia antes, ficamos na casa de amigos, preparamos as bicicletas que estavam desmontadas e, no dia seguinte, começamos o caminho. Já estávamos com as credenciais aqui do Brasil.

Entrevistador: Quais credenciais?

Entrevistado: Da Associação dos Amigos de Compostela.

Entrevistador: Entendi. Do Brasil mesmo?

Entrevistado: Do Brasil. Tem essa associação no Rio de Janeiro e eles enviam tudo, a credencial e tudo organizado, assim como sugestão do caminho, as etapas e o material para recebermos o carimbo. Começamos pegando o primeiro carimbo na igreja.

Entrevistador: Sim, sim. Fiquei sabendo que nessas igrejinhas, tanto a de lá quanto a de Porto, você também consegue todas essas credenciais, onde começam os caminhos. Bom saber que também tem no Brasil, eu não sabia essa informação.

Entrevistado: Pagamos uma taxa de R\$ 55,00 para poder receber esse material em casa.

Entrevistador: Entendi. Como você conheceu essa associação?

Entrevistado: Um amigo já tinha feito o caminho antes e ele deu essa dica. Buscamos na internet, conseguimos o telefone, ligamos e eles fizeram a inscrição. Eles geram um boleto, você paga e na sequência recebe tudo em casa.

Entrevistador: Entendi. Isso não é nada oficial em relação ao caminho? É como se fosse uma ONG ou uma iniciativa privada que resolveu fazer isso.

Entrevistado: Exatamente. Chama-se Associação de Amigos do Caminho de Santiago de Compostela.

Entrevistador: Entendi.

Entrevistado: Quando você chega, você manda informações. Durante o caminho, manda fotos e relatos e eles vão postando. No site tem a lista das pessoas que farão o caminho e a data, se você quiser consultar procurar pessoas que estejam fazendo, você consegue.

Entrevistador: Interessantíssimo isso. Como você conheceu o caminho? Como surgiu a oportunidade de ir?

Entrevistado: Era um sonho desde muito novo quando li o livro de Paulo Coelho sobre o relato do caminho e eu tinha muito esse desejo de fazer o caminho. Tive a oportunidade de fazer de bicicleta, gosto muito de pedalar, sou ciclista e decidi que era a hora de realizar o sonho. Um irmão meu já tinha feito o caminho francês, contou a experiência e eu falei que queria fazer também. Tive a oportunidade de fazer o português e estou me programando para fazer novamente.

Entrevistador: A minha forma de pesquisa seria eu fazer o caminho, porém com a pandemia não consegui. Estou fazendo essas entrevistas e quem sabe no ano que vem eu estarei preparado para fazer se tudo ocorrer bem. Para se informar, você disse que usou esse site e essas pessoas da associação. Tem algum outro lugar que você se informou ou foi mais no boca-a-boca? As pessoas que foram com você já sabiam? Como você se informou para se preparar para o caminho?

Entrevistado: O fato de fazermos o caminho de bicicleta fez com que buscássemos experiências de pessoas que também fizeram o caminho de bicicleta. Nós olhamos no YouTube e conseguimos muitas rotas diferentes. Muitas pessoas fizeram de bicicleta em tempos bem variados, uns mais rápidos, outros mais devagar. Nós tentamos encontrar uma forma de fazer respeitando nossas limitações de quanto conseguiríamos pedalar por dia. Buscamos essas experiências dentro do YouTube e encontramos pessoas que pedalarão em um nível moderado, não de iniciante, mas também não era profissional, nós tentamos copiar essa forma que eles fizeram o caminho e deu muito certo. Nós fizemos da forma mais ou menos da forma que eles programaram o caminho deles.

Entrevistador: Isso também foi uma iniciativa não-oficial? É algo de iniciativa própria de alguém?

Entrevistado: Exato. Era um grupo de pessoas que fizeram o caminho de bicicleta.

Entrevistador: Portanto, foi basicamente pelo YouTube que você se programou?

Entrevistado: Isso.

Entrevistador: Beleza. Você falou que quando chegava nos albergues, já não tinha mais vaga. Como você fez para se programar em relação a isso? Você fez reserva no hostel? Já tinha um plano B?

Entrevistador: Quando nós fizemos a inscrição na associação, eles nos mandaram um mapa, onde dizia mais ou menos quais eram as cidades que íamos passar e o que tinha nessas cidades, se era populosa, se tinha restaurantes. No próprio mapa dizia se a cidade teria subsídio para nós. Quando começamos a calcular nossa rota, quantos percursos íamos fazer por dia, calculamos mais ou menos três percursos que as pessoas fazem a pé. Quando chegava numa determinada cidade, o mapa mostrava se essa cidade tinha restaurantes, dentre outros. Assim, nós sempre programamos parar em uma cidade que oferece recursos.

Entrevistador: Mais recursos do que uma pequena cidade do interior.

Entrevistado: Isso. Fomos parando em cidades estratégicas. No início do caminho, quando parávamos em uma determinada cidade e íamos para um hostel. Os primeiros fomos aleatoriamente, os demais conforme olhávamos no mapa e também utilizando a internet, conseguíamos descobrir hostel na parada seguinte e fazer reserva. Pouquíssimas cidades nós não conseguimos reservar. Por incrível que pareça, em todo o caminho, a única cidade que não conseguimos fazer reserva foi a cidade do Porto.

Entrevistador: É mais cheio, né?

Entrevistado: Mais cheia, maior. Não conseguimos e tivemos que chegar lá e achar um hotel. Foi um hotel até fraco em comparação com os outros que ficamos.

Entrevistador: Comparado com o hostel era pior. Você chegava nos lugares, fazia o check-in e já fazia a reserva para a próxima cidade.

Entrevistado: Isso, para a outra cidade.

Entrevistador: Entendi. Bom saber disso. Eu te perguntei como você ficou sabendo do caminho. Antes de você percorrer o caminho, você viu bastante publicidade em relação a essa peregrinação? Ou tudo que você tinha era pelo sonho de infância e que você conheceu através de livros?

Entrevistado: Foi exatamente assim, eu tinha o sonho que tinha conhecido através de livros. Eu nunca ouvi falar mais nada sobre o caminho, a não ser muito esporadicamente quando alguém falava que fez. Mas eu nunca me interessei em buscar essas informações e elas nunca saltaram aos meus olhos de outra maneira.

Entrevistador: Entendi. Perfeito. Gostaria que você contasse um pouco da sua experiência no caminho, quanto à parte mais emotiva. O que você sentiu durante o caminho? Pode falar abertamente.

Entrevistado: Nós fizemos o caminho em 11 dias. Foram 11 dias pedalando e mais 3 dias que nós descansamos, então o total é de 14 dias.

Entrevistador: Sim. Quais cidades você descansou?

Entrevistado: Não lembro agora de cabeça. Nós descansamos em Coimbra. Não. Descansamos em Leiria. Depois, em Coimbra. Desculpa, Gabe. Leiria foi a primeira parada, descanso mesmo o primeiro foi Coimbra. O segundo descanso foi no Porto. O terceiro descanso foi Valença.

Entrevistador: Isso foi decidido pelo lugar ser mais turístico ou pelo cansaço físico mesmo?

Entrevistado: Pelo cansaço físico. Tinha alguns lugares que subíamos o dia inteiro. São subidas duras.

Entrevistador: Portugal, né? (-risos)

Entrevistado: Nós estrategicamente estabelecemos que nesses lugares nós íamos descansar. Teve um trecho do caminho que nós erramos, saímos do caminho por falta de finalização e caímos em uma autoestrada muito perigosa. Nesse dia, nós optamos por pegar um comboio na última etapa. Nós pedalamos três dias e folgávamos um. Na última etapa, antes da primeira folga, nós pegamos um comboio, um trem, e chegamos em Coimbra de trem porque o caminho estava mal sinalizado.

Entrevistado: Como você falou que de Lisboa ao Porto está mal sinalizado.

Entrevistado: Muito mal sinalizado.

Entrevistador: Entendi.

Entrevistado: O caminho pedalando durou 11 dias, mais 3 dias de folga. Um dia antes de começar ficamos em Lisboa, com ele dá 15 dias. Ficamos mais 2 dias em Compostela, curtindo a cidade, fomos na catedral com as credenciais e nos sentamos nos lugares exclusivos para os peregrinos.

Entrevistador: Tem a missa dos peregrinos lá, né?

Entrevistado: É. Vimos o turíbulo gigante. Um espetáculo. Tem uma tradição de deitar na frente da catedral para você ver a beleza. Todos os dias íamos fazer isso. Se você ficar olhando para ela em pé, dói o pescoço e você não consegue ver todos os detalhes. Você deita na frente dela e é maior barato isso. Também conhecemos a história de Santiago de Compostela. Tiago não fez o caminho, ele fez decapitado, só o corpo dele.

Entrevistador: Fizeram por ele. (-risos)

Entrevistado: Exatamente. (-risos) Fizemos nesse tempo, voltamos para Lisboa e acho que ficamos mais um dia até pegar o voo de volta. Eu fui fazer o caminho com a esperança de ter uma experiência espiritual.

Entrevistador: Não teve?

Entrevistado: Tive, mas foi difícil entender. A visão que eu tinha era muito mais do atleta querendo superar seus limites. Queria enfrentamentos. Tinha essa Serra da Labruja que é a parte mais inclinada e eu queria muito viver essa experiência e chegar na torre de ferro lá em cima. O grupo que eu estava, na hora de subir a serra decidiu subir pela estrada em vez de subir pelo caminho, quiseram moleza.

Entrevistador: Você ficou "P" da vida?

Entrevistado: Fiquei muito. Larguei todo mundo para trás e fui subindo com muita raiva, com muita energia. Larguei todo mundo. Coloquei toda minha potência e quando cheguei lá em cima, parei para comer alguma coisa no topo da serra e pedi uma bifana, que é um pão com carne, o cara perguntou "com molho ou sem"? Eu pedi com molho e quando comi a bifana, aquilo era pimenta pura. Eu tomava Coca-Cola e nada o ardor da pimenta. Eu xingava a bifana. (-risos)

Entrevistador: (-risos)

Entrevistado: Montei na bike e desci com mais raiva ainda. Era só descida e eu desci aquilo alucinadamente. Quando acaba a descida, volta para o caminho. Eu estava muito para frente dos meus companheiros e entrei no caminho de volta. Quando entrei no caminho, tinha uma ponte e uma cruz onde as pessoas colocam pedrinhas. Diz-se que a pedra simboliza sua passagem por ali, alguns fazem pedidos. Quando passei aquela cruz, tirei uma foto e quando eu curvei a rampa em cima do rio, tinha uma menina chorando, agachada chorando e soluçando. Eu pensei se tinha acontecido com ela, se ela poderia ter sido violentada, pensei que se eu parasse lá não iria me comprometer. Parei, ela olhou para mim e começou a falar em outra língua que eu não sei, mal sei português.

Entrevistador: Português de Portugal não conhece? (-risos)

Entrevistado: Também é difícil. (-risos) A menina começou a falar, me abraçou e começou a chorar soluçando abraçada comigo. Fiquei assustado com aquilo. Três amigas dela vinham mais atrás, vieram correndo, gritando o nome dela e falando na língua delas, eu não entendia. Assustei e fui saindo. Ela falava "sorry" para mim, isso eu entendi. Subi na bike e fui embora. Mais para frente, no meio do caminho tinha um trailer vendendo biscoito e água, parei nesse trailer, vi elas passando e fiquei esperando meu grupo. Não comentei nada com ninguém e fui embora. Chegamos em Compostela, eu

não sabia me comunicar, eu só ficava no quarto do hotel ou ia para a igreja ver a missa em várias línguas, adorava quando tinha um pouquinho na língua portuguesa. No segundo dia que estávamos em Compostela, eu já irritado por não conseguir me comunicar com ninguém, somente quando eu falava com minha família no Brasil, não conseguia mais comer aquelas comidas diferentes e queria comer alguma coisa que eu conhecia. Achei uma hamburgueria muito legal, onde as pessoas deixavam moedinhas na parede representando a passagem delas por ali, diz-se que se anos depois você voltar a procurar sua moeda, ela estará lá no mesmo lugar. Pedi um "hamburgão", cheio de queijo e bacon. Estava lá arrumado, não estava mais com jeito de peregrino, estava perfumado, cheiroso e bem-vestido e quem chega na hamburgueria?

Entrevistador: A menina.

Entrevistado: A menina. Ela me avistou, me reconheceu, apontou para as amigas... me emocionou de lembrar. Ela e as amigas vieram correndo para me abraçar.

Entrevistador: Você sem entender nada.

Entrevistado: Sem falar uma palavra de nada. Elas sentaram comigo. A menina e mais uma amiga eram americanas, a outra era de Dublin e tinha uma portuguesa. Elas faziam faculdade em Coimbra e estavam fazendo o caminho juntas. Quando eu estava lá pedalando sozinho com raiva, o meu sentido era o de um cavaleiro medieval, a minha viagem era essa. A portuguesa começou a traduzir a conversa e eu perguntei porque ela estava chorando no caminho na hora que eu parei. A menina portuguesa falou que o caminho está sendo muito especial para ela porque sua mãe está em estado terminal de câncer do pâncreas e cirrose hepática, ela é alcólatra. Quando você passou de bicicleta e parou, ela falou que a sensação que ela teve era de que estava parando um cavaleiro medieval.

Entrevistador: Que era o que você realmente estava sentindo.

Entrevistado: Era o que eu estava sentindo. Essa é minha experiência espiritual e a conexão com o caminho. Não importa o que você está buscando no caminho, o caminho que gera o sentimento e a emoção, não é você que escolhe o sentimento e a emoção que o caminho te dará. Essa foi a minha grande experiência lá.

Entrevistador: Que experiência. Muito massa. Eu ter isso como base acho muito irado. Voltando um pouco às perguntas, você tem algum problema? Você falou que teve aquela parte que vocês saíram da rota e chegaram em uma autoestrada. Você também falou que o seu cargueiro quebrou. Quais tipos de problema você teve e como você fez para resolvê-los durante o caminho?

Entrevistado: Só quero acrescentar uma coisa.

Entrevistador: Sim.

Entrevistado: O caminho para cada um tem uma representatividade. O caminho não é um mar de flores de turismo. Pode ser para alguns, para mim não foi. Eu tive alegrias, tive momentos que passei raiva, meus sentimentos e minhas emoções variaram muito. Com respeito à estrutura oferecida, fora a sinalização, eu achei magnífico e impressionante a estrutura e a receptividade. Independente da cultura porque quando você está caminhando na cultura portuguesa é de um jeito, quando passa a divisa para a Espanha já é outra, muda a comida, muda a língua, muda tudo, mas o caminho continua te oferecendo subsídios. Os "hostels" que nós paramos são melhores do que muitos hotéis de várias estrelas aqui no Brasil. Tudo preparado e estruturado para o idoso, como sinalizações e "cordinhas" no banheiro. Tinha bidê lá que eu nem sabia para o que servia.

Entrevistador: (-risos)

Entrevistado: Aquele monte de água. O menu do peregrino é uma ideia brilhante. Durante todo o caminho nós tivemos o menu do peregrino que é um cardápio completo com entrada, prato principal e sobremesa e um copo de vinho ou água. Eu não bebo e tomei água, mas o pessoal que foi comigo falou que os vinhos eram super saborosos. O preço é muito acessível, eu não paguei mais do que 10 euros.

Entrevistador: O preço geralmente é esse mesmo quando tem esses menus.

Entrevistado: Fui muito bem recebido. Problema estrutural eu não enfrentei nenhum.

Entrevistador: O estrutural que você diz é físico? No plano tecnológico você teve algum problema?

Entrevistado: Não, nenhum problema. Estrutural que abrange tudo, logística, instalações, alimentação, orientação. Quando nós erramos, caímos na autoestrada, veio um carro da autoestrada nos avisar que não podíamos estar ali e nos levou para o caminho novamente.

Entrevistador: Entendi.

Entrevistado: Questão de informações também.

Entrevistador: Quanto às informações, quando estava no meio entre uma parada e outra, você se informava tanto pelo mapa, pelas sinalizações, e fora essas, você utilizava algum outro meio?

Entrevistado: Nós buscamos apoio em algumas agências que nos auxiliavam. Por exemplo, quando chegamos em Porto, não sabíamos que tínhamos a opção de ir pelo caminho do norte, pela costa. A pequena agência que contratamos para fazer o traslado de volta de Compostela, também alugava bicicletas para pessoas que queriam fazer o caminho, e nos deu todas informações necessárias. De Porto para frente a sinalização ficou muito legal com a seta azul para Compostela, a seta amarela para Fátima, a concha que simboliza o caminho de Compostela ficou muito mais evidente. Não tivemos problemas.

Entrevistador: Boa. Eu deixo essa parte mais para o final para falar qual é a minha tese, o que eu estou escrevendo. Estou fazendo uma análise sobre o caminho português de Santiago de Compostela, o caminho da costa, mas estou pegando todo tipo de gente que fez todos os tipos de caminho. A análise é com base no "Smart tourism", que é uma ideia de conexão que você possa ter no seu celular dentro das cidades. Eu peguei o caminho todo como base de estudo sob essa ótica. Já tive outras entrevistas que algumas pessoas falaram que celular durante o caminho é totalmente dispensável. Eu acho que realmente deveria ser dispensável porque ali é um momento muito mais espiritual que tem muito mais diálogo com as pessoas e estando com o celular você acaba ficando no seu mundinho. Gostaria de saber de você sob essa ótica, o que você gostaria que tivesse ou não gostaria? Sob a ótica de quem já fez. Você acha que seria bom ou seria ruim ter mais auxílio tecnológico durante o caminho.

Entrevistado: Nós usamos esse auxílio tecnológico. Apesar do nosso chip dos celulares ser brasileiros, uma das pessoas do grupo colocou um chip português e nós nos comunicávamos com a base, que era o Clóvis, um capixaba que morava na época em Lisboa. Quando precisávamos de algum auxílio, o Clóvis nos ajudava. Eu, particularmente, usei muito o meu celular como máquina fotográfica. Eu registrei todo o caminho, todos os lugares que nós passávamos, todos os rios que eu tomei banho. Eu fiz questão de tomar banho em todo lugar que eu parava, é impressionante a limpeza dos rios. No Brasil, dependendo do lugar que você fizer isso, você morre. (-risos)

Entrevistador: (-risos)

Entrevistado: No final do dia, eu relatava no Facebook o que tinha acontecido e muita gente acompanhou todo o meu caminho, ficavam ansiosamente esperando a minha postagem do dia.

Entrevistador: Ter essa comunicação te trouxe segurança para fazer as coisas?

Entrevistado: Não.

Entrevistador: Não deu segurança.

Entrevistado: Definitivamente, não. Se eu precisasse fazer o caminho hoje sem a orientação do Google e usar o celular só como máquina fotográfica, eu faria tranquilamente. Todas as reservas que fizemos com antecedência, não precisavam ter sido feitas. Todas as orientações que nós buscamos para nos manter no caminho ou algo que perdemos a seta, foram todas no "boca-a-boca". Não foi na tecnologia que nós buscamos o recurso de orientação.

Entrevistador: Entendi.

Entrevistado: Se você me perguntasse se hoje eu faria o caminho sem uso da tecnologia, eu faria tranquilamente.

Entrevistador: Quanto ao uso da tecnologia em respeito à comunicação e ao não uso de tirar fotos.

Entrevistado: Deixa-me te tirar uma dúvida. Por exemplo, estou fazendo o caminho e percorro três etapas. Chego no hostel, meu celular está desligado, eu vou no computador do hostel e me comunico com a minha família.

Entrevistador: Entendi.

Entrevistado: Eu fiz questão de fazer essa comunicação com a minha família porque antes de fazer o caminho, eu nunca havia passado mais do que três dias fora de casa.

Entrevistador: Entendi. Como era uma coisa nova, você achava que deveria dar um respaldo.

Entrevistado: Exatamente. Pela preocupação deles.

Entrevistador: É isso. As perguntas já foram todas, deu para ter um norte. Nos estudos que eu faço, nós tentamos pensar que um destino turístico poderia estar mais conectado e me veio ideias em relação ao Caminho de Compostela porque existe uma grande defasagem entre o caminho francês e o caminho português. Uma forma, talvez, de equiparar esses números seria através de fazer um turismo mais "smart", em que a pessoa na hora de sair do Porto e chegar na parada, alguém soubesse que ele estaria fazendo aquele trajeto e se ele não chegou em nenhuma cidade naquele dia, seria um alerta para que a comunidade que faz o Caminho de Santiago fosse procurar ou alguma coisa assim. Porém, pelo que vejo nas minhas entrevistas, é muito raro a pessoa ficar perdida durante muito tempo, porque, como você disse, o boca-a-boca tem muita gente que faz. O que você acha que poderia melhorar no caminho? Tanto no âmbito pré-viagem, durante ou pós-viagem, o que poderia melhorar no âmbito tecnológico, no âmbito físico.

Entrevistado: Gabe, a grande dificuldade que nós tivemos foi a sinalização em toda a etapa de Lisboa a Porto. Nesse aspecto a sinalização deixa muito a desejar. Nós caminhamos ou pedalamos durante alguns momentos muito expostos em estradas, de repente poderia ter alguma opção mais exclusiva para o peregrino. Eu não tive dificuldade de segurança, mas algumas pessoas dizem que passaram por essa dificuldade de ter bicicleta roubada ou até assaltos. Nós sentimos segurança pois havia câmeras. Você estava andando no meio do nada e olhava para o poste e tinha uma câmera filmando. Isso dá uma sensação de segurança.

Entrevistador: Você percebe que tem um monitoramento nesses locais entre cidades?

Entrevistado: Tem.

Entrevistador: Entendi.

Entrevistado: Não sei de que forma eles atualizam isso ou como eles registram esses dados, mas vemos as câmeras filmando. Na minha concepção o que o caminho português deixou mais a desejar foi a sinalização mesmo na etapa de Lisboa a Porto.

Entrevistador: Se você fosse escolher hoje para fazer o caminho novamente, você escolheria o caminho francês ou novamente o português?

Entrevistado: Novamente o português. Eu farei de novo e será a pé.

Entrevistador: Se quiser, estou planejando fazer mais ou menos em junho ou julho do ano que vem.

Entrevistado: Vamos programar que se tudo der certo nós fazemos juntos.

Entrevistador: Eu estava querendo fazer igual vocês de Lisboa a Compostela de Bicicleta. Olha aí a Odete. (-risos)

Entrevistado: Odete. (-risos)

Entrevistador: Ou farei de Porto o caminho da costa até Santiago. Vamos ver se tudo der certo.

Entrevistado: A única coisa que não casou para nós fazer o caminho junto é que dessa vez eu queria fazer no frio.

Entrevistador: Eu falei julho porque seria uma época que eu poderia tirar férias, mas seria muito interessante ir mais ou menos em outubro. Porque no frio rigoroso deve ser tenso.

Entrevistado: Outubro já está frio?

Entrevistador: Outubro está ameno, de noite já pega uns 18 graus e durante o dia uns 25 graus.

Entrevistado: Eu queria pegar neve.

Entrevistador: Neve você não pega aqui em Portugal?

Entrevistado: Não?

Entrevistador: Só lá na Serra da Estrela.

Entrevistado: Entendi.

Entrevistador: Mas não passa por lá. Talvez pegue na Espanha.

Entrevistado: Essa Serra da Labruja é fria. No dia que chegamos em uma cidade que acho que se chama Ponte de Lima, é uma cidade alta, bem fria. Estava 5 graus no início de junho.

Entrevistador: Quanto mais para o norte, é mais frio.

Entrevistado: Querido, é isso.

Entrevistador: Beleza.

Entrevistado: Nosso tempo não vai estourar, não?

Entrevistador: Não, eu já vou entrar para começar a trabalhar, pode parar a gravação se quiser.

Entrevistado: Tá.

Entrevistador: A conversa vai...

Fim da transcrição: [00:51:00]

11.3. INTERVIEW 2

Gravação: zoom_0_001_1

Duração: [00:59:46]

Legenda	Descrição
(comentário aqui)	Comentários do transcritor. Exemplo: (vozes sobrepostas)
[00:00:00]	Marcação do tempo onde se inicia uma fala
(inint) [00:00:00]	Trecho não compreendido com clareza
Ahã, uhum	Interjeição de afirmação, concordância
Ãhn	Interjeição de dúvida, de incompreensão, ou pensando
Hã	Interjeição que exprime que o interlocutor aguarda a continuidade da fala da outra pessoa
Entrevistador	Não identificado
Entrevistado	Tati

Início da Transcrição [00:00:01]

Entrevistador: A sua experiência mesmo. Tenho umas perguntas aqui, mas assim... qual o primeiro nome, Tati, não é? O que você faz?

Entrevistado: Não existe.

Entrevistador: Desculpa?

Entrevistado: Tatiana não existe. Não conheço.

Entrevistador: Você estava trabalhando em que quando você fez o...

Entrevistado: Na verdade, quando eu fiz o caminho, eu tinha pedido as contas dos trabalhos que eu estava. Eu me alforriei. E eu falei: "Eu preciso pensar na minha vida. Eu preciso saber o que eu quero

fazer, para onde eu quero ir." Uma amiga minha tinha ido para Santiago um ano antes que eu fui e a minha tia tinha ido há uns anos. E as duas falaram: "Nossa, Santiago foi ótimo para eu pensar na minha vida." Eu falei: "Ah, é isso que eu quero para a minha vida."

Entrevistador: Show.

Entrevistado: Eu ainda não estava...

Entrevistador: A minha tese seria na verdade eu fazer o caminho como método de pesquisa. Só que tem esse vírus aí. Fodeu todo o meu planejamento. Eu estou fazendo entrevista com as pessoas que já fizeram para ter uma ideia mais ou menos.

Entrevistado: Mas faz depois. Eu falo que Santiago foi acho que a coisa mais incrível que eu já fiz.

Entrevistador: Mas eu estou planejando já para o ano que vem. Aliás, se você depois puder me passar essas pessoas que você conhece que já fizeram o caminho.

Entrevistado: [inint] [00:01:31] o Carlos.

Entrevistador: Carlos?

Entrevistado: Do [inint] [00:01:36].

Entrevistador: Não lembro.

Entrevistado: Ele até mora aí. Um que sempre estava com o cabelo loiro, de bigodinho, que é o gerente do [inint] [00:01:46]. Todo tatuado. Você já deve ter visto.

Entrevistador: Não sei. Eu não vou lembrar.

Entrevistado: Mas o Carlos fez literalmente uma semana antes de mim.

Entrevistador: Entendi. Se você puder me dar o contato dessas pessoas, porque eu estou procurando fazer um...

Entrevistado: A minha tia e a minha amiga fizeram o caminho francês. Você tinha comentado...

Entrevistador: Mas seria interessante também. Seria interessante também para nós pegarmos...

Entrevistado: [inint] [00:02:10].

Entrevistador: ... as ideias aqui. Você escolheu o caminho português da costa, ou foi o...

Entrevistado: Não. Foi o interno.

Entrevistador: Não?

Entrevistado: Na verdade, eu tinha uma semana, porque eu trabalhava em vários lugares. E um deles eu ainda ia ajudar a fazer algumas coisas, que era na loja. Eu tinha pouco tempo. Eu tinha 10 dias de caminho só, de férias. Como eu nunca tinha andado tanto, eu não sabia como eu ia, apesar de estar com um condicionamento físico bom, eu não sabia como ia ser, porque andar mais de 20 quilômetros todo dia cansa. Eu li qual que era o mínimo que eu tinha que fazer para eu fazer o Caminho de Santiago. Na verdade, eu comecei na última cidade de Portugal, que você atravessa a ponte e já está na Espanha.

Entrevistador: É. Tui.

Entrevistado: Valença, Tui, alguma dessas.

Entrevistador: Valença, eu acho que é do outro lado.

Entrevistado: Então, eu comecei em Tui. E aí, eu comecei dali. Porque eu, realmente, como eu tinha só 10... Depois, eu descobri que eu poderia ter feito direto do Porto, que dava tranquilo. Eu fiz de Tui à Santiago em quatro dias, então, dava para ter feito o resto. O meu caminho foi mais rapidinho.

Entrevistador: Você foi em que época do ano?

Entrevistado: Eu fui na metade de outubro.

Entrevistador: Estava muito quente?

Entrevistado: Não, eu achei que foi a melhor temperatura. Porque, primeiro, estava amanhecendo às 07h, não tinha que acordar às 04h, 05h, que, para mim, isso ia ser ruim. De manhã, estava aquele friozinho, que era bom para você andar rápido. Na hora do almoço, você ficava da regata, dava aquele calor, mas não era aquele calor insuportável e, à noite, você já estava no hostel, estava em uma temperatura ok. Eu acho que teve só um albergue que eu fiquei que tiveram que ligar o aquecedor, porque estava muito frio aquela noite, mas, o resto, estava em uma temperatura bem ok.

Entrevistador: Agradável. Pode crer. O que você levou durante esses dias?

Entrevistado: A minha mala, eu levei, literalmente, 5 kg e ela poderia ter sido 2,5 kg.

Entrevistador: Você levou mais do que você deveria?

Entrevistado: Na verdade, a Júlia, essa minha amiga que fez um ano antes de mim, ela fez o caminho inteiro da França. Então, eu falei: “Ju, o que eu levo?” Ela me deu o kit que ela levou durante esse um mês na França. Se eu tivesse ficado esse um mês, o que eu levei, estava certo.

Entrevistador: Ah, você levou, então, pensando por um caminho bem maior?

Entrevistado: É, eu não tive essa noção do que eu estava levando. Então, por exemplo, eu levei quatro conjuntos de roupa, eu podia ter levado só dois, tranquilamente. Eu levei muita coisa para kits de bolha, eu tive só uma bolha, em um dia que choveu horrores. Eu levei livro, não sei por quê. Porque a Júlia falou que tinha vários lugares que ela parava e lia. Eu falei: “ah, vou levar um livro.”

Entrevistador: Não leu.

Entrevistado: Peso. Mas [inint] [00:05:49] que ela indicou, então, por exemplo, o kit de remédios, eu não ia ter pensado. Eu machuquei o meu pé no primeiro dia, quando eu cheguei em Portugal, de volta, eu descobri que eu quase rompi os ligamentos, que eu tive uma hiper tendinite dos meus tendões. Porque, no primeiro dia, eu estava chegando ao albergue, eu pisei em um buraco e virei meu pé. Eu não achei que era nada. Os outros dias, o segundo dia, doeu muito, eu até pensei em desistir, voltar, falei: “ah, não, está quase.” Os outros dias foram difíceis, eu chorava de dor, tomava remédio e ia. Quando o corpo esquentava, eu não sentia, mas foi muito bom isso também, porque quando você faz o caminho, os andarilhos parecem que são seus amigos de infância, a sua família há muito tempo. E as pessoas meio que se conhecem, você vai andando, você vai andando com outra pessoa, você passa, você está no mesmo albergue. Eu fui conhecida como a menina do pé machucado. Então, nesses últimos dias, eu estava andando muito devagar. Então, eu chegava ao albergue, alguém já tinha chegado antes e reservado a cama de baixo para mim, para eu não ter que subir e me machucar. Ou alguém tinha passado no mercado e falado: “ah, eu pensei em você, você estava machucada, então, eu fiz a comida. Você quer comer?” Então, sempre teve essa preocupação, eu acho que foi uma coisa bem legal. O que mais que eu levei, voltando à sua pergunta. Ah, eu fiz aquele checkzinho do tipo: shampoo contado, creme contado, bastante vaselina e bastante maisena para não ter bolha. Sete meias.

Entrevistador: Coisas mais de precaução, não é, em relação ao caminho.

Entrevistado: É uma precaução que eu não teria pensando. Se alguém que fez o caminho não tivesse me contado, que foi o que me salvou. Porque, de duas em duas horas eu, literalmente, parava, entupia

o meu pé de vaselina e maisena e colocava uma meia seca. Eu mudava a meia duas a três vezes no dia, foi isso que não me deu bolas. Eu não fiz com tênis de trilha, eu fiz com tênis normal. Eu não tinha, eu falei: não vou comprar, são seis meses para amaciar o pé, e foi tranquilo.

Entrevistador: Foi mais tranquilo. Quanto você gastou? Se você puder falar, mais ou menos. Se tiver alguma margem.

Entrevistado: Eu não vou lembrar valores exatos, mas eu lembro que não foi... Foi 200 euros, no máximo, com tudo.

Entrevistador: Com tudo? Com estadia, comida, tudo?

Entrevistado: Comida, com passagem para coisa do ônibus, com trem, com o remédio que eu tive que comprar mais, uma coisa que... Eu, simplesmente, esqueci o saco de dormir em casa.

Entrevistador: Puta merda.

Entrevistado: E aí, quando eu cheguei em Tui, é porque eu peguei, então, eu tive que comprar. Quer dizer, tinha um saco de dormir, custava, tipo, 400 euros. Eu falei: “não”.

Entrevistador: Mas tu chegaste a dormir no meio da trilha?

Entrevistado: Não. Eu só dormi em albergue, mas os albergues eu dormi em todos os públicos. Quer dizer, tirando dois, os outros foram todos públicos. Na verdade, eu fiz em cinco dias, eu falei em quatro, eu falei errado, eu fiz em cinco dias. Eu não tinha e custava tipo 400 euros um saco de dormir, eu falei: eu não vou. Aí tinha aquelas capas de pôr o seu saco de dormir. Eu comprei aquela capa e comprei uma mantinha que eles tinham. Então, eu colocava essa manta dentro, colocava essa capa, que era o que eu dormia, eu fazia um travesseiro com uma blusa minha e pegava um daqueles cobertores que eles tinham para não passar frio. Eu acho que foi a coisa mais cara que eu paguei na minha vida, doeu, eu paguei tipo 70 euros em uma capa para...

Entrevistador: Nossa senhora.

Entrevistado: Mas com isso, eu gastei uns 250, vai.

Entrevistador: Pode crer. Você falou que os lugares que você ficou foram todos os albergues públicos, que esse que você tem que chegar em uma fila, tem a fila.

Entrevistado: Na verdade, como eu fiz em outubro, não é alta temporada. Então, estava bem tranquilo. Eu acho que todos os albergues tinham lugar para todo mundo, todo mundo chegava meio que igual. Então, estava tranquilo. Tirando dois, teve uma cidade que o albergue da cidade estava fechado. Então, todo mundo teve que ficar em particulares. E aí, eu fiquei em um e era bem gostosinho. No último albergue que eu ia ficar, eu não vou lembrar nomes das cidades, mas todo mundo fica em uma cidade e eu ia ficar na cidade um pouco para frente porque, dessa outra cidade, até Santiago são só 3 km. Aí eu falei: ah, prefiro andar um pouco mais, que eu já estou quente, o meu pé já não está doendo tanto e fico nessa outra cidade e amanhã são só 3 km é tranquilo de andar. Quando eu cheguei nessa cidade, o albergue estava fechado, não tinha nenhum albergue, nem hotel nesse vilarejo. E aí, ou era 10 km até Santiago, ou oito, até uma cidade que tinha perto. E aí, seis até Santiago no dia seguinte. Eu preferi fazer esses oito do que ir até lá.

Entrevistador: Para nessas outras cidades.

Entrevistado: É. Estava escurecendo e esse outro albergue é tipo... Eu não sei explicar. Eu não sei se era o meu cansaço físico ou, tipo, finalmente, cheguei em um lugar, mas foi o melhor lugar que eu já fiquei na minha vida.

Entrevistador: Cinco estrelas. (risos).

Entrevistado: Foi desesperador, porque eu cheguei, aí uma menina chegou, aí dois coreanos chegaram e tipo, os caras não falavam inglês e eles estavam perdidos. Era eu, essa menina que era da Romênia, esses dois coreanos. E aí, nós conseguimos nos comunicarmos pelo celular, que eu tinha [inint] [00:12:58] esse outro albergue, nós fomos juntos, porque já estava escurecendo, então, era noite, tinha que andar no meio do mato. Uma hora, eu comecei a chorar de dor, eu não sei o que eles falaram, mas literalmente, um coreano pegou a minha mochila e levou e o outro me colocou de cavalinho e me levou, porque tipo, eu não conseguia andar. Foi uma das coisas mais bizarras da minha vida. Eu juro, quando eu entrei naquele negócio, eu escutei: ó.

Entrevistador: Mas como é que você ficou sabendo desse hostel? Porque, pelo que você falou, a sua programação era fazer outra coisa, certo?

Entrevistado: Espera aí, deixa-me pegar um negócio, que aí eu vou falando lendo. Eu sou muito ruim para nomes, mas eu sei que eu tenho, em algum lugar. Minhas coisas de Portugal estão, até hoje, em um saquinho. Então, é esse.

Entrevistador: Esse é o mapa que você conseguiu aonde?

Entrevistado: Esse é o mapa... Esse aqui é o passaporte, não sei se alguém já te mostrou. Para você...

Entrevistador: Não. Aliás, você é a primeira entrevista que eu estou fazendo, você é a primeira.

Entrevistado: Quando você faz o caminho, você chega em qualquer igreja que seja do caminho, até por exemplo, lá em Lisboa, aí você paga, acho que dois euros por isso.

Entrevistador: Sim. Eu já vi porque eu já pesquisei sobre, em outras partes.

Entrevistado: E aí, você precisa ter um carimbo por dia para ter as coisas, para ter o seu certificado. Esse é o certificado. Inclusive, está aqui porque eu quero coisar. Esse é o certificado.

Entrevistador: Quantos quilômetros você tem que...?

Entrevistado: É no mínimo 100. Eu fiz 118. Esse aqui é meio que o certificado católico, que você pagou os seus pecados. Então...

Entrevistador: Você pagou os seus pecados, então?

Entrevistado: Paguei. [inint] [00:15:45]. Pagar os meus pecados por tudo que eu tive que aguentar. [inint] [00:15:54]. Eu achei muito fofo, ele era um simbolozinho no meio do caminho, ele comprou e ele falou: achei a sua cara.

Entrevistador: Massa.

Entrevistado: Mas, então, uma coisa que eu falo que foi muito legal, a minha amiga me ensinou é um diário e você ir anotando as suas coisas. É bem pessoal, mas é bem legal.

Entrevistador: Tudo que você está me mostrando aí, as coisas são bem... Não tem nada de tecnologia? Não existe aplicativo para essas coisas? É tudo físico?

Entrevistado: É tudo físico. E uma coisa que eu fiz, óbvio, eu estava com o celular, mas uma coisa que eu fiz, que eu li na internet alguém falando, que eu acho que foi a coisa mais incrível que eu vi, que deletei todas as minhas redes sociais. Eu fiz como antigamente. Então, eu fiquei sem Facebook, Insta, Whatsapp. Tudo, deletei, literalmente, tudo, para manter a tentação [inint] [00:16:54].

Entrevistador: Por que você acha que é melhor você curtir o caminho? Você acha mais interessante a pessoa não ter conexão com as redes sociais e tal?

Entrevistado: Eu achei. Na verdade, eu só tinha o Facetime, que eu ligava para a minha mãe, tipo: oi, estou viva, estou bem. Ainda não morri na trilha e desligava. Eu falava com ela, tipo, cinco minutos. Porque, para mim, Santiago é uma viagem você com você mesma. Então, você vai lidar com muitas coisas. Você vai ver que, do nada, você vai estar andando e aí, você começa a pensar em um assunto, e aí, você chora, por causa daquele assunto e você nem sabia que aquilo ainda mexia com você e, de repente, passa. Então, eu acho que é um lugar muito bom para você pensar. E a tecnologia não nos deixa pensar. Sempre vai ter alguém apitando, sempre vai ter alguma coisa. E as pessoas falam e eu sentia isso meio que em todo mundo que estava fazendo o caminho. Tiveram várias pessoas, que eu até falei que eu fiz isso e as pessoas: nossa, eu vou fazer também. E aí, você desliga. Eu tive conversas muito interessantes por essa falta de tecnologia. Teve uma noite, em um hostel, que nós...

Entrevistador: Mas você fala a falta de tecnologia, em si, ou a falta de rede social?

Entrevistado: Não, de tudo. De rede social e de tecnologia mesmo. Porque, por exemplo, eu baixei podcasts e músicas, porque eu sabia como ia ser a internet lá. Se eu escutei três podcasts, foi muito. Nem música eu escutava, tanto, no caminho. Das conversas que eu tive com outras pessoas, também. Teve um dia que foi muito engraçado [inint] [00:18:38], eu saí de manhã e tinha um menino saindo também, um menino alemão. Eu falei: ah, eu posso ir com você? Porque eu não quero ir andando sozinha meia noite ainda, por medo, sei lá, era meio do mato. Ele falou: claro. Nós andamos umas quatro, cinco horas, um do lado do outro, sem conversar, mas sabe quando você está conectado com a pessoa? E aí, nós saímos para almoçar e eu falei: cara, eu não sei se é uma coisa minha, mas parece que nós nos conhecíamos há muito tempo. Eu não sei nem o seu nome, mas eu me senti muito segura e me senti, tipo, que nós tivemos essa troca de conexão. Ele falou: eu também senti isso. E ele falou: é engraçado, porque eu não sou uma pessoa social, mas parece que você é minha amiga de infância. Foi muito legal porque, por exemplo, esse ano, no meu aniversário, ele mandou mensagem e eu nem falo com ele. Essas trocas. Teve um dia que estava eu, essa menina da Romênia, esse menino alemão, porque aí nós fizemos o caminho juntos, um senhorzinho espanhol, um senhorzinho mesmo, velhinho, um menino do Japão e uma menina da Itália. Nós estávamos comendo, começamos a conversar e, do nada, a conversa foi da religião, porque eu tinha comentado que eu queria esse negócio do católico, aí um falou: ah, eu não sou, não sei. Do nada, assim, esse menino do Japão, que é super tímido, contou que ele foi fazer o caminho porque a mãe morreu e ele teve um sonho com a mãe. Então, tipo... Com o celular, cada um ia estar no seu mundo. Não ia ter essa troca. Eu acho que essas trocas que fazem Santiago ser incrível, mas o que eu estava falando da [inint] [00:20:30], foi um dia chuvoso. É que eu tenho que ler para achar. Então, todo mundo, normalmente, fala em padrão... Caraca, a minha letra é

muito letra de médico. Nós íamos para em [inint] [00:21:01], vilarejo que eu falei que é minúsculo, é tipo uma rua e o albergue estava fechado. Até lá, tinham sido 28 km.

Entrevistador: Para você chegar a Compostela, seriam mais 10, você foi para essa outra cidade, foi para oito e percorreu o outro caminho?

Entrevistado: Sim.

Entrevistador: Pode crer.

Entrevistado: Eu não anotei a cidade. Eu só anotei que um dos meninos, a hora que nós entramos, ele tocou no celular We Are The Champions. (risos). Eu não lembrava. Para você ver como nós valorizamos, eu escrevi: chegamos ao melhor albergue do caminho, com toalhas e cobertas, secador e uma ducha incrível.

Entrevistador: Esse era pago?

Entrevistado: Esse era o pago, que era um chique, o melhor lugar que eu fiquei na minha vida.

Entrevistador: Nos outros públicos, como é que funciona? Você chega lá e faz só um check in lá na cidade? Dá uma carimbada?

Entrevistado: Eles dão um carimbo, eles veem o seu passaporte e veem se você está com o [inint] [00:22:20], se você não estiver com isso, você não pode ficar no albergue.

Entrevistador: É tudo dentro de graça, dentro do albergue?

Entrevistado: É e não é. É uma média de oito a dez euros, quando eu fui, era isso. É o mesmo preço em todos, dos públicos. Aí eles te dão um paninho para você colocar na cama, eles te falam: veja se tem bad bugs. Porque, se tiver bad bugs, não deite. Esse era o meu maior medo. É bem simples. Os banheiros são separados, mas, normalmente, é banheiro sem cortina ou é um banheiro que tem a privada e o chuveiro, mas é algo bem simples. O quarto é todo mundo junto, tem uma cozinha...

Entrevistador: Não tem nenhuma comunicação prévia de que você vai chegar? É só ir chegando?

Entrevistado: Os públicos você não pode reservar. Os particulares, você reserva, mas, os públicos, não. Mas é isso, é bem isso. Eu acho que, às 22h, eles apagam todas as luzes, só fica a luz em uma área comum, tem alguém que sempre pede para você falar baixo, porque tem gente que levanta às 04h. E aí, a música, na verdade... Eu estou com o cotonete porque eu estava limpando a tela.

Entrevistador: Tranquilo.

Entrevistado: A música, eu usava à noite. Porque a Sinfonia de Bethoveen nesses quartos.

Entrevistador: Era difícil dormir.

Entrevistado: Teve um albergue que eu fiquei que era 80 pessoas em um quarto só. Então, imagina.

Entrevistador: Caralho, 80 cabeças. Mas, é isso aí, isso que é maneiro.

Entrevistado: E você se desprende. Por exemplo, eu não me acho uma pessoa muito vaidosa, mas eu sou. Foi engraçado, porque foi uma semana que a única coisa que me preocupava era passar protetor solar para não queimar. Mas eu não usei maquiagem, eu não sequei o cabelo, a minha unha lascou e estava tudo ok. Parece uma coisa muito fútil, mas que nós damos muito valor e, nessas horas, nós falamos: tudo bem.

Entrevistador: Que se dane, o negócio é chegar lá. Eu acho isso muito irado.

Entrevistado: Ninguém nem vê.

Entrevistador: Pode crer. Então, como é que você se informou, preparou-se? Além da preparação física, não sei se você fez, mas como é que você se informou para saber onde você ia ficar, como é que você iria chegar. Você fez algum tipo de preparação antes ou você, simplesmente, foi?

Entrevistado: Na verdade, eu decidi... Foi aniversário dessa minha amiga Júlia. No dia do aniversário dela eu tinha pedido as contas de um lugar que você sabe o quanto ela gostava. E aí, eu falei: chega. E fui ao aniversário dela. Nós estávamos conversando de viagens [inint] [00:25:49], ela já tinha feito alguma viagem, que eu não lembro para onde, e eu falei: Ju, como foi Santiago? Tipo, veio na minha cabeça. Ela falou. Ali, naquela hora, eu reservei o meu ticket para ir para o Porto, porque eu ia começar do Porto, esse era o meu primeiro plano. Eu falei: ah, eu vou do Porto e eu subo. Porque eu nem sabia que tinha de Lisboa. Eu estava vindo de um batidão de treinos físicos. Então, eu falei: o físico eu aguento, não tem problema. Eu liguei para a minha tia e perguntei a ela como ela se preparou também. Só que aí, como minha tia fez, o primeiro ponto lá da França, ela fez, acho que são 3.000 km, ela fez tudo, então, falei: também é demais.

Entrevistador: 180. O da França, eu acho que são 690.

Entrevistado: 690, isso. Eu falei: você está maluca. Mas enfim, ela subiu a montanha, desceu, fez tudo. Eu dei um Google e estava meio que... Eu não sei se foi eu, mas eu não achei muito fácil entender os

caminhos que tinham de Portugal. Aí eu falei: quer saber? A minha tia tinha me falado que tinha um mapinha. Eu falei: eu vou para o aeroporto, vou pegar o mapinha e vou. Qualquer coisa, eu coloco no Google Maps e vou. Não sabia muito bem. Eu tinha dado uma pesquisada de dicas de como ficar no hostel. Ah, entender de bug, se você quiser uma coisa melhor, pega um particular, mas aí não tem tanto a graça do caminho, essas coisas. Quando eu via a quilometragem, quantos quilômetros eram do Porto, eu falei: acho que eu não vou... Não é que eu acho que eu não vou, eu estava com medo de não dar tempo e desistir no meio da viagem. Eu não ia pegar, porque eu sei que muita gente começa no Porto e pega táxi. E aí, eu falei...

Entrevistador: Não, mas aí sempre tem esse tipo de gente. Eu sou maratonista e eu sei que tem gente que pega o carro no meio da maratona para chegar ao lugar.

Entrevistado: Eu falei: é muita sacanagem. Eu prefiro fazer menos e fazer tudo, do que ter que parar no meio. Então, eu dei uma lida no site oficial deles...

Entrevistador: Não conseguir.

Entrevistado: É. Dei uma lida no site deles, vi quanto era o mínimo que podia para ter o certificado, e aí tinha várias cidades que eu podia sair.

Entrevistador: Onde que você viu, perdão?

Entrevistado: Eu acho que foi no site deles, oficial do caminho de Santiago.

Entrevistador: É porque, nas minhas pesquisas, eu conheci dois sites que são oficiais, porém, um que mostra o caminho da parte da Espanha, dentro da Espanha e tem outro caminho que mostra parte de Portugal, são dois sites.

Entrevistado: Eu vi de todas as cidades e eu escolhi qual estava mais barata, saindo do ônibus do Porto. Acho que foi de Itu que eu saí, se eu não me engano. Nem 10 euros, eu falei: ah, eu vou por essa cidade. Mas foi esse o meu caminho. Mas eu fiz uma coisa: da hora que eu peguei, tudo, cheguei na parte do ônibus, porque não dava para eu ir, dentro da cidade do Porto, eu já comecei a fazer caminhando. Porque, na Sé do Porto, tem um milhão de turistas, então, todas as pessoas veem você saindo...

Entrevistador: Tem um portal lá, um negócio que mostra onde você começa. Sei de onde que é.

Entrevistado: Ah, uma coisa muito importante, que eu não achava que era importante. É o cajado. Aquele negócio, parece que ele tem uma energia e ele tira um peso das suas costas, que você não tem

noção. Quando eu levei, eu levei meio que tipo: ah, não vou usar, vou tirar uma foto. E eu, ainda mais, que machuquei o meu pé, o cajado foi tipo a coisa mais importante da minha vida. Eu podia ir embora do albergue sem a mala, mas eu não ia sem o cajado. As pessoas vêm falar com você e é legal você ir achanado as setas, dá uma emoçãozinha você ver as setas. Então, dentro da cidade do Porto, eu já fiz tudo andando. Eu peguei o ônibus, mas o resto foi tudo nas setinhas.

Entrevistador: Show. Bom, deixa-me ver mais o que eu posso extrair. Depois, você pode me passar esses sites, se você ainda tiver esse site que você falou? Seria interessante para mim, se você lembrar, alguma coisa que você puder me mandar, seria massa. Uma pergunta que, também, mais de uma ou algumas: você sentiu alguma insegurança durante o caminho? Do tipo, você está no meio da trilha e, sei lá, começou a anoitecer, esse tipo de perrengue que tem quando nós fazemos trilhas, essas coisas.

Entrevistado: No primeiro dia, eu fiquei com medo, mas eu acho que é um medo de pessoa que cresceu em São Paulo e mulher que tem medo de tudo, mas é bem real. Então, eu cheguei à tarde, no primeiro albergue. E aí, eu jantei por ali, fiz amizade com as pessoas, conheci a cidade. No dia seguinte, de manhã, que esse menino estava saindo, estava ainda muito escuro e era, tipo, a primeira vez que eu ia andar. Eu não tinha noção como era. Então, eu vi que ele tinha cara de gente boa e coleei nele muito mais por isso, de tipo, medo de estar andando esse primeiro pedaço sozinha. Mas, depois desse primeiro dia, não, eu não fiquei. Quando eu cheguei, nesse último dia, que eu te contei, que o albergue ficou fechado, me deu um medo, mas não foi medo de insegurança, foi medo porque nós tínhamos que andar pelo meio do mato. Eu sou uma pessoa da cidade, então, eu tenho medo de cobra, eu tenho medo de escorpião. Eu vi um escorpião no meio de um dos caminhos. Então, aquilo ali me...

Entrevistador: Ficou morrendo de medo. (risos).

Entrevistado: Essas coisas, não. Óbvio, sempre tem aquelas coisinhas, aquelas pessoas que você fica mais próxima, então, a hora que você vai tomar banho, você fala: ah, você pode olhar as minhas coisas? Disso, mas, de resto, eu não fiquei com medo.

Entrevistador: Tudo que era informação que você precisava, durante o caminho, você pesquisava só dentro do seu mapinha?

Entrevistado: Tudo.

Entrevistador: Nada de celular... Pegava o celular para nada?

Entrevistado: Teve um lugar que você não tem sinal. Então, realmente, você pode... Deixe-me ver se é nesse ou se é no outro.

Entrevistador: Dava para se informar bem pelo mapa?

Entrevistado: Dava. Esse aqui é o passaporte. Eu tenho o mapa, deixe-me ver. A pessoa tem muita coisa guardada. Não... Não, não. Ah, eu não sei onde está, mas esse lugar é bem legal também. Têm uns lugares de água quente, e aí, quando você chega, você põe o seu pezinho ali dentro, daquela água quente, é incrível. Ainda mais por ser...

Entrevistador: Isso é dentro de Portugal?

Entrevistado: Não, isso já é na Espanha. Não, não está aqui. Mas, no mapinha, se você for ver, eles dão um mapa grande. No mapa, você tem o caminho de Portugal e eles mostram uns caminhos que são paralelos, que são os caminhos por dentro da mata e que eu acho que vale mais a pena, porque o outro é pela estrada, então, é no cimento. Acho que não é tão legal. O outro, você vai fazendo. Então, nesses lugares, não tem sinal, real. O seu celular morre. Ah, outra, tinha muito alemão, porque, aparentemente, tem um cara alemão, que é famosão aí, eu não vou lembrar o nome dele, mas se você pesquisar, você vai ver. Ele tem um livro dessa grossura. Você sabe que o cara é alemão, porque você vê o livro, você vê na mão, você fala: ah, esse aí é alemão. Nesse livro, tem todas as dicas e dicas do tipo: ah, come nesse lugar, porque a comida nesse lugar é incrível, ah, nesse lugar, no quilômetro tal, vai pela trilha, porque você vai passar pelo riacho. Então, sempre que eu via um alemão abrindo o livrinho, eu ia atrás, porque eram uns caminhos...

Entrevistador: Eram caminhos bons, então.

Entrevistado: Era, era uma boa trilha.

Entrevistador: Mas ele, provavelmente, deve ter sido uma pessoa aleatória que resolveu escrever, alguma coisa assim?

Entrevistado: Se eu não me engano, ele é um famoso de lá, ele é [inint] [00:35:46] da vida, que foi fazer, se apaixonou e fez todos. O português, o francês e o inglês. Porque, aparentemente, tem um caminho inglês que nós também não sabemos. Ele fez todos e todas as rotas. Todas às vezes, ele foi escrevendo e fez um compilado e fez esse livro. Então, ele é um cara famosão que fez isso. Por isso que tem muito alemão fazendo o caminho de Santiago, porque eles querem fazer o livro.

Entrevistador: No caminho, por exemplo, além do mapa, você falou que não tinha muito acesso a celular, essas coisas, você seguia bastante por aquelas setinhas? Ou não ajudava muito?

Entrevistado: As setinhas.

Entrevistador: Ela ajuda bastante?

Entrevistado: Aquilo é vida. Você não precisa nada, você só vai olhando. Vê a setinha, você vai seguindo que uma hora você chega.

Entrevistador: Guia bem?

Entrevistado: Guia tanto. Tem a setinha até no meio do mato. Você entra em umas trilhas, você fala: ah, ferrou, agora não vai ter nada. Não, tem as setinhas e as pessoas. Porque eu acho muito fofo, nos vilarejos, sempre que passam andarilhos, eles falam: bon camiño. Para todo mundo, é a frase mais falada pelo caminho: bon camiño. Na parte em português, nós falamos obrigada e, depois, você fala gracias, em espanhol. Os senhorzinhos do vilarejo, se você parece meio perdido, eles apontam para onde está a seta, para você seguir.

Entrevistador: Então, as próprias pessoas ajudam você a chegar ao seu lugar?

Entrevistado: Elas ajudam bastante.

Entrevistador: Saquei. Bom, de tudo, mais ou menos, já foi de grande valia as suas informações. Eu não falei antes o que é a minha tese, mas eu vou falar, para não influenciar a sua resposta. Mas a minha tese, na verdade, eu estou fazendo uma análise do caminho de Santiago de Compostela, sobre a ideia de [inint] [00:37:54]. Você me deu muita... Falando que não precisa muito disso, porque a ideia do caminho, mesmo, seria você ter um contato de você com você mesmo. Mas, agora, só a última pergunta para finalizar, e eu queria uma opinião a respeito de uma pessoa que já fez o caminho. Você falou que você não utiliza, mas se, por acaso, alguma coisa que a tecnologia poderia te ajudar, durante o caminho, o que você acha que seria? Mesmo com essa ideia de não quero pegar o telefone e tal, nem que seja a tecnologia possa ser usada por outros, mas para auxiliar os turistas, entende?

Entrevistado: Eu acho que, na verdade, eu vou te contar duas coisas. A primeira é que eu acho que a maioria das pessoas que está indo fazer o caminho, tirando alguns, o meu caminho não é uma coisa de turismo instagramável, não é uma coisa que você quer fazer, porque você quer mostrar para os outros. É uma coisa que você vai fazer por você. Então, você meio que é desconectado. Existem poucas pessoas que estão com amigos ou com família. Tirando pessoas que vão por motivo religioso, que vão em grupo, as outras vão, realmente, para pensar. Então, eu acho que, quando você quer pensar, você quer se isolar do mundo. Para mim, a internet poderia ser muito boa para antes. O que, por exemplo, eu soube o que eu tinha que levar e, mesmo assim, achei que era pouca coisa, chegando lá, descobri que era muita, porque alguém me falou. Eu não teria noção dessas coisas. Então, eu acho que a

internet te ajuda nisso, no pré-caminho. Te ajuda ao que você precisa levar na sua mala, quais são as cidades, quantos quilômetros você andaria de uma cidade para outra, você fica nessa cidade, você pode dormir nessa ou nessa? Nessa você anda tanto, nessa você anda tanto. Então, para essas coisas, eu acho que a internet pode ajudar. Para o caminho, eu não acho que a internet deveria entrar, até porque as pessoas, por exemplo, que estão no albergue, gostam dessa coisa sem a tecnologia. As pessoas que estão lá... Teve um dia que choveu muito, mas assim, muito, mesmo. A minha mala estava com a capa, ela era impermeável, as minhas coisas... Ah, essa é uma dica muito importante para a mala: tudo em saquinhos ziplock. Porque, se chover, não molha as suas coisas e também os seus cabos, os seus remédios, todas as coisas. Então, tudo em saquinho é muito mais fácil. Você pega alguns saquinhos. Tinham dois casacos meus que não estavam em saquinho, porque eu não sabia. Com a capa e com tudo, encharcou e a minha roupa que eu estava no corpo, encharcou também. Eu cheguei ao albergue, deixei as coisas, tomei um banho e fui em uma lavanderia secar, porque não vai dar para secar. Eu peguei o celular para pesquisar. A mulher do albergue deu um tapa na minha mão, que quase quebrou o meu celular e falou: você está no caminho, você tem que perguntar, você tem que aceitar ajuda. Então, eu acho que isso é a maior missão do caminho. Nós aprendermos a perguntar e a pedir ajuda. Eles estão ali abertos para isso. Então, eu acho que a tecnologia barra essa troca do pedir ajuda, trocar. É bom? É, mas você não tem essa troca do caminho.

Entrevistador: Porque uma das teorias, na teoria, das hipóteses que eu teria, no começo do trabalho, é que seria não só para a pessoa utilizar, mas em relação às pessoas que fazem, participam do caminho. Ou seja, o camarada que está lá no hostel, ele ter alguma informação de que você vai chegar. Não que essa informação seja passada por você, mas, por exemplo, você saiu do hostel anterior, tivesse alguém para te esperar, por exemplo. Eu imagino que pudesse ser algo de segurança.

Entrevistado: Mas isso é uma coisa que nós temos essa visão, mas lá, eles têm uma visão do: cada um tem o seu tempo, então, por exemplo, tiveram vários... São muitos vilarejos um do lado do outro. Tem os mais famosos, mas tem uns vilarejos menores no caminho.

Entrevistador: Você pode parar em um. Não na cidade principal, mas você pode parar um pouquinho antes, porque você está cansado.

Entrevistado: No primeiro dia de caminhada, eu cheguei até a cidade que eu tinha planejado até a hora do almoço. Eu falei: eu ainda estou bem, eu não preciso parar agora. Conheci ali, almocei e continuei andando e fui andando até onde o meu corpo aguentou, eu andei mais três cidades. Aí eu falei não, chega e [inint] [00:43:36.]. Então, se eu tivesse avisado antes, eu teria que ter tido a preocupação de avisar, ou teria que ter dado a cama de alguém. Então, por isso que eles falam que é

bom não ter essa tecnologia. Eu senti isso. Eu trabalho com social media, eu sou uma pessoa que trabalha na internet, mas ali é um local que você não pode conectar. Eu não entendia isso. A minha tia, quando ela fez, ela passou 40 dias sem dar sinal de vida. Nós estávamos aqui desesperados tipo, morreu, vamos ter que ir para lá. Mas, não, ela estava aproveitando o caminho dela, é o tempo de cada um. E é muito isso. Você vai andando, então, de repente, você vê uma pessoa passando desesperada por você fala: nossa, podia andar um pouco mais rápido, mas dá 40 minutos, você passa por ela, ela está sentada em uma pedra, olhando o céu. Porque foi o tempo dela. Então, eu acho que é, realmente, aprender que nós não precisamos da tecnologia, mas eu acho que a tecnologia ajudaria no pré.

Entrevistador: No prévio.

Entrevistado: Durante, eu acho que a tecnologia não é uma coisa necessária. Foi esse negócio. Mas, você falando disso, para mim, a coisa que eu mais aprendi, além dessa parte de tecnologia, pode parecer uma coisa muito besteira, mas foi uma esperança de um mundo melhor. Pode parecer utópico o que eu estou falando, mas eu acho que as pessoas que estão ali, elas estão muito bem com elas mesmas, elas não querem mal para ninguém, não tem ninguém ali roubando. Até porque, se tem uma pessoa que tenta fazer alguma coisa, todo mundo sabe, é bem comunidade. De eu ter machucado o meu pé no primeiro dia, e eu estar andando devagar, muitas pessoas e iam andando comigo e falavam: bom, agora, eu vou seguir, vou separar a sua cama. Ah, o seu jantar hoje vai estar te esperando, prontinho, a hora que você chegar ao albergue, porque eu vou passar no albergue e comprar. Ah, você quer que compre alguma coisa para comer? Porque, eu não sei se isso é uma coisa que alguém já te falou: normalmente, o que as pessoas fazem é tomam o café da manhã reforçado. Eu não tomava, eu comia aquele [inint] [00:46:08] de proteína, porque eu não conseguia comer muito e sair andando. Eu levava várias comidinhas, sanduíches, snacks, frutas na mala e eu ia tendo fome e ia comendo. As pessoas fazem isso, levam coisas para comer no caminho e aí, na hora que chegam é que nós vamos comer aquele prato. Então, muitas pessoas falavam: ah, você quer comer alguma coisa, você gosta disso? Você gosta daquilo? Eu vou fazer, vou fazer isso para você, tudo bem? Então, tem essa troca e é muito bom. Para mim, a história mais fofa do meu caminho, de como as pessoas são, é que, um dos dias, eu estava andando, estava doendo muito o meu pé, uma hora, foi um dos dias que eu, realmente, pensei em parar. Eu estava andando com um senhorzinho americano. Segundo ele, a mulher dele falou: vai andar, que você está me irritando, ele falou cheguei em Santiago. [inint] [00:47:05], gelo no meu pé. Eu fui ao banheiro, a hora que eu voltei, ele falou: menina, você não sabe. Hoje é o dia do andarilho, a comida é de graça. Eu falei: mentira. E como eu estava sem tecnologia, eu não sabia, você iria pesquisar. Perguntei para a menina, ela falou: é, é verdade. Parabéns pelo dia de vocês. Eu: nossa,

obrigada. Nós continuamos andando. Deu 10 minutos, esse senhor começou a chorar de rir. Eu falei: gente, tem alguma coisa errada. Ele: eu não sei mentir, eu preciso te contar uma coisa. Eu falei: o que? Ele: você me parece uma mocinha muito independente, você não ia deixar eu pagar a conta para você, mas eu queria pagar. E aí, eu inventei a história e combinei com a mocinha lá do restaurante. (risos). [inint] [00:48:01]. Por isso que...

Entrevistador: Ah, ganhou um lanche. Que massa, maneiro.

Entrevistado: São essas histórias. Então, por exemplo, não é criticando a internet, mas, provavelmente, se eu estivesse com o celular, eu ia sentar, ia pedir a minha comida, ia ficar lá, ia ver, ia postar, ia não sei o que, ia mandar uma mensagem e não ia ter essa troca de conversa, porque nós ficamos duas horas tomando um cafezinho, conversando e dando muitas risadas. Ele era daqueles senhores que gostam de contar história da vida dele. Então, eu acho que não teria essa troca no caminho. Eu não sei se eu estou te ajudando com a sua tese.

Entrevistador: Não, mas, na verdade, a tese seria um olhar sob a ótica do smart tourist, mas é exatamente isso que nós queremos: ver, quem faz, quem fez, e tentar melhorar. A premissa do trabalho é que existe uma grande diferença para o número de pessoas que faz o caminho francês para o caminho português. Pois é, mas a ideia seria fazer uma análise para descobrir o porquê e trazer alguma informação que seja necessário para Portugal crescer um pouquinho esse número.

Entrevistado: Mas eu acho que isso é muito também pela história ser famosa. Na verdade, eu acho que é muito mais por causa da religião. Porque, se você é uma pessoa católica, se você for estudar sobre o que é, quem foi Santiago, quem foi Tiago e toda a história dele e porquê de ele ter feito esse andarilho nessa parte, nessa península, trazendo do cristianismo, é aí que vem o porquê do pedaço francês ser muito mais importante do que o português. Apesar de que, quando ele morreu, o barco encalhou em Portugal, e aí, fez-se a rota portuguesa, mas ele, em vida, foi pela parte da França. Então, para mim, é aí que vem a parte importante. Porque eu acho que Santiago, nos últimos anos é que tem virado uma coisa para quem não é católico. Por exemplo, eu não sou católica, mas eu sou batizada, tenho crisma. Quando eu contei para o meu avô, que é super católico, que eu ia fazer Santiago, ele ficou muito emocionado pela parte da religião, óbvio. Eu falei, ele me fez rezar o terço todo dia, não vou fazer promessa para boi e não cumprir. Então, essa parte religiosa. Todas as vezes que eu me conectava nessa parte religiosa, é muito forte em Santiago. É uma coisa que, realmente, para quem tem a religião, é algo muito emocionante. Eu não tenho tão forte esse lado católico em mim, mas eu tenho. Então, por exemplo, quando você chega à Santiago e você vai à missa do peregrino, e você pega a hóstia e você faz a eucaristia, eu acho que foi uma das maiores emoções de fé que eu já tive. Porque,

realmente, é o sacrifício, é o que eles ensinam na Bíblia. É o sacrifício para você conseguir chegar lá. Então, é essa parte, eu acho que esse lado francês é tão forte, porque é uma emoção quando você chega.

Entrevistador: É o tradicional também. Foi onde, acho que foi o caminho que ele percorreu primeiro. Mas isso é uma coisa já esperada, mesmo, da tese. Lógico que o caminho Português. Mas, como você disse, hoje, estão começando a ter uma... Como você disse? Muita gente que não seja religioso, que está começando a olhar o caminho de Santiago de Compostela como uma forma de fazer.

Entrevistado: Também, a francesa tem muito de promessas. Por isso que é muito forte. Tem muita gente que faz promessa, e aí, quando acontece, faz o francês e faz de vários jeitos. O português é mais uma coisa não religiosa. Eu acho que é isso que está crescendo, mas é isso que você falou. Portugal está crescendo desse lado, então, o caminho português, para mim, tem essa visão de ser uma caminhada. É que nem você fazer, aqui no sul do Brasil, aquele caminho que você vai andando, a rota do sol. É só para quem gosta de andar.

Entrevistador: A estrada real, por exemplo. Eu fiz já, por exemplo. Muitas das coisas que eu coloco, já é com, até na minha tese, além dos estudos, é com base no que eu já vivenciei fazendo essas trilhas. Não fiz a de Santiago, mas essas trilhas... Um bocado da minha premissa era uma das aflições que eu tinha nessas outras caminhadas que eu já fiz, que, por exemplo, eu vou sair, agora, desse lugar, mas, no meio do caminho, se acontecer alguma merda? Quem é que vai ficar sabendo?

Entrevistado: Eu acho que lá não tem muito isso, porque você não fica mais de meia hora sem alguém passar por você. Tem muito esse sentimento de ajudar. Então, por exemplo, muitas, muitas vezes, eu estava andando com dificuldade... Eu volto a falar isso, por causa dessa dificuldade que eu tinha de andar. Muitas vezes, eu estava andando arrastando mesmo e vinha alguém e falava: deixa eu levar a sua mochila por um tempo? E aí, a pessoa estava com a mochila dela, colocava a minha, ou seja, andava com 10 quilos para me ajudar. E isso aliviava horrores, porque cinco quilos, quando você está machucada, ainda mais...

Entrevistador: Você viu muito, por exemplo, agora assim, mudando de assunto total, você via muita gente fazendo tipo, bicicleta?

Entrevistado: Eu vi alguns grupos de bicicleta, mas não era muito. Tinha... Passou por mim, uma vez, um grupo a cavalo, que eu não sei onde os cavalos dormiam, mas tudo bem. Eu vi alguns grupos de moto, mas quando eu fazia pela estrada. Vi alguns grupos de bicicleta, mas não eram muitos, eram pouquíssimos grupos de bicicleta.

Entrevistador: Isso porque você fala que são, dentro do caminho, têm várias formas de você percorrer?

Entrevistado: Têm várias formas.

Entrevistador: Várias trilhas.

Entrevistado: Têm várias trilhas. Tinha um povo que eu, particularmente, não acho legal, que é o povo que faz o caminho executivo. Então, eles não andam com a mochila. Eles andam com uma mochilinha que tem uma água e uma comida, só que o peso da mochila deles vai em um carro. Eu acho que se você é uma pessoa mais velha, ok, mas o peso ajuda...

Entrevistador: Você sentir a parada.

Entrevistado: É muito simbólico aquele peso. É engraçado porque, realmente, mostra que o que você precisa, está ali, você leva nas suas costas. Teoricamente, você não precisaria de mais nada. Então, é um exercício de desapego muito forte. Eu falo que eu voltei uma pessoa totalmente diferente nesses cinco dias em Santiago.

Entrevistador: Eu estou perguntando tudo isso, depois que eu fizer a minha tese, depois que acabar essa merda toda, eu estou pensando em ou fazer o caminho de Lisboa até lá, de bicicleta, ou então fazer de Porto até lá a pé.

Entrevistado: Então, falam que de Lisboa é legal, mas é bem perigoso, porque... De Lisboa, você vai Lisboa, Cascais, Cascais, você passa por [inint] [00:56:49], mas aí você tem que voltar por Leiria...

Entrevistador: Porque esse aí é o começo da costa. Tem um que você passa por dentro...

Entrevistado: Fátima. Só que Leiria até Fátima é muito perigoso, porque você vai na estrada mesmo. Falam que não é tão... Eu conheci uma menina que ela fez de Lisboa, foram 35 dias, e ela falou que ali, naquele pedaço, ela não se sentia segura.

Entrevistador: Ela fez andando?

Entrevistado: Ela fez andando.

Entrevistador: Eu vou fazer a entrevista com o meu tio, dois tios meus e uma tia, que fizeram juntos o caminho de Lisboa à Compostela de bicicleta. Até depois da sua entrevista, que já está agendando.

Entrevistado: Ela foi andando sem se sentir confortável. Mas, na verdade, o meu plano, esse ano, era voltar e fazer do Porto e fazer pela costa, mas...

Entrevistador: Quem sabe. Você liga e nós marcamos de fazer.

Entrevistado: A hora que sair essa vacina e despencado, porque agora eu ganho em real, eu não ganho mais em euro.

Entrevistador: Pois é, está foda. Motivos de eu continuar aqui é isso.

Entrevistado: Não estou reclamando, estou bem feliz com o meu trabalho aqui, porém...

Entrevistador: É, eu não estou muito feliz com o trabalho, não, mas, pelo menos, aqui eu tenho trabalho. Aí no Brasil, eu não sei se eu vou ter, como está, quando eu voltar, se eu voltar.

Entrevistado: Você continua no Saint George?

Entrevistador: Não, eu saí, eu estou trabalhando na Accenture, há muito tempo, desde o ano passado.

Entrevistado: Então, era o escritório que você tinha entrado, não era?

Entrevistador: Isso. Eu trabalhei na Accenture, eu estou fazendo moderação de conteúdo. Aí agora, eu estou trabalhando de casa, por causa do Covid, aí é beleza.

Entrevistado: Ah, eu também, eternamente, de casa.

Entrevistador: Ah, mas eu já estou de saco cheio. Estou doido para sair. Em fevereiro, eu vou para o Brasil para ver o meu afilhado, vai ter o batismo dele e eu vou ter que ir para o Brasil, aí passar três semaninhas aí.

Entrevistado: Fevereiro sem carnaval.

Entrevistador: Mas quem faz o carnaval somos nós.

Entrevistado: Está maluco, nesse país, você está maluco, não junta, não.

Entrevistador: Eu vou comprar, nem que seja catuaba, para beber em casa, eu vou comprar.

Entrevistado: Isso pode.

Entrevistador: Tati, obrigadão, valeu.

Fim da Transcrição [00:59:46]

