

O uso das novas tecnologias no Caminho de Santiago

The use of **technologies** on the **Way to Saint James**

ANGELA ANTUNES * [angela_antunes@teotonio.ipv.pt]

SUZANNE AMARO ** [samaro@estgv.ipv.pt]

Palavras-chave | Caminho de Santiago, e-turismo, e-turista, novas tecnologias, turismo religioso

Objetivos | Nos últimos anos tem-se verificado um aumento exponencial da aquisição de dispositivos móveis (Kawash, Morr, & Itani, 2007). O uso do *smartphone* tornou-se essencial no uso diário e, no caso particular dos turistas, no modo como passaram a planear as suas viagens acedendo a aplicações em qualquer momento e em qualquer lugar (Neuhofer, Buhalis, & Ladkin, 2014). Dado que o peregrino é considerado semelhante a um turista mas com diferentes motivações, normalmente espirituais ou religiosas, torna-se pertinente analisar se os peregrinos utilizam ou não as novas tecnologias durante a sua peregrinação. Uma vez que a revisão da literatura em relação a este tópico é escassa, o principal objetivo deste estudo é analisar qual o uso das novas tecnologias por parte dos peregrinos no Caminho a Santiago de Compostela.

Metodologia | Foi utilizada uma metodologia qualitativa e quantitativa. Primeiro foram feitas 11 entrevistas, para obter informações gerais sobre motivações para a realização do Caminho de Santiago e o uso de novas tecnologias durante a peregrinação.

Numa segunda fase, procedeu-se à elaboração de um questionário online destinado a peregrinos provenientes de todo o mundo, com mais de 18 anos, e que tenham feito o Caminho de Santiago pelo menos uma vez. O questionário foi desenvolvido em cinco idiomas: Português, Inglês, Espanhol, Francês e Alemão. O primeiro grupo do questionário dizia respeito às características do inquirido enquanto peregrino dos Caminho de Santiago. O segundo grupo continha questões relacionadas com o uso das novas tecnologias durante o caminho. Os respondentes eram solicitados a indicar a importância que davam a 20 itens sobre o uso de dispositivos móveis durante o Caminho de Santiago, tais como fazer chamadas, consultar informação sobre albergues, pesquisar mais informação sobre o caminho, entre outros, numa escala de 1 a 5, em que 1= nada importante e 5= muito importante. O terceiro grupo do questionário dizia respeito às características sociodemográficas dos inquiridos.

* **Mestre em Marketing Research** pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu do Instituto Politécnico de Viseu
** **Doutora em Marketing e Estratégia** pela Universidade de Aveiro. **Professora Adjunta** na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu do Instituto Politécnico de Viseu e membro do Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde (CI&DETS).

O questionário foi distribuído via email e redes sociais como Facebook e Twitter. Foram também enviados e-mails para 45 associações de vários países nomeadamente de Portugal, Brasil, Espanha, Alemanha, França, Itália, Suíça, Canadá, Estados Unidos, Japão, Coreia do Sul.

Os dados quantitativos obtidos foram tratados com o IBM SPSS. De forma a simplificar a análise do uso dos dispositivos móveis que os peregrinos fazem dos dispositivos móveis no Caminho, efetuou-se uma análise fatorial para reduzir os 20 itens em dimensões.

Principais resultados e contributos | Nas entrevistas participaram 11 indivíduos, sete do género masculino, que tinham peregrinado até Santiago de Compostela pelo menos uma vez. A maioria dos inquiridos admitiu pesquisar informação sobre o Caminho previamente à peregrinação. No entanto, dois dos inquiridos admitiram não levar dispositivo móvel que permitisse acesso à Internet durante a jornada. Quanto ao método quantitativo, foram obtidas 1.140 respostas válidas, maioritariamente composta por inquiridos do género masculino, com idades compreendidas entre os 45 e os 54 anos, na sua maioria casados e com habilitações ao nível superior com pelo menos a Licenciatura. Quanto à nacionalidade dos inquiridos, maioritariamente é Portuguesa, seguida da Espanhola, Alemã e outras 42 nacionalidades. Na generalidade os inquiridos não se mostram muito adeptos do uso das novas tecnologias durante a peregrinação. O que se pode concluir, de uma análise inicial, é que a utilização de dispositivos móveis é fundamentalmente para tirar fotografias durante a viagem, para obter informação para e durante a peregrinação, tal como informação sobre o Caminho e sobre os albergues.

Da análise fatorial foram obtidas quatro dimensões (variância explicada = 57,3%, KMO=0,91): *Obtenção de informação e tirar fotos* (“Tirar fotos”, “Consultar a meteorologia”, “Pesquisar e fazer reservas em restaurantes”, “Consultar informação sobre albergues”, “Reservar pensões/hotéis” e “Pesquisar mais informação sobre o caminho”), com uma média dos itens de 3; *Para comunicar* (“Fazer chamadas”, “Ver e enviar mensagens de texto/MMS”, “Ver e enviar emails”, “Estar ligado à rede social (Facebook, Twitter)” e “Navegar na Internet”), com uma média dos itens de 2,4; *Por conveniência* (“Explorar novas aplicações/aprendizagem ativa da tecnologia”, “Diminui a necessidade de planear previamente”, “Partilhar o itinerário” e “Substituição do portátil/computador nas pequenas tarefas”, com uma média dos itens de 2,3; *Para entretenimento* (“Ouvir música”, “Jogar”, “Ler livros”, “Ver filmes” e “Ler as notícias”), com uma média dos itens de 1,7.

Este estudo contribui para a literatura sobre o uso das novas tecnologias por parte dos peregrinos, que é praticamente inexistente.

Limitações | Uma das limitações tem a ver com o facto de a amostra ser por conveniência, sendo necessário algum cuidado na generalização dos resultados. Apesar de o inquérito estar disponível em vários idiomas, o inquérito deveria ter sido traduzido para Italiano, uma vez que esta é a nacionalidade estrangeira de peregrinos que mais percorrem o Caminho de Santiago.

Conclusões | O objetivo principal deste estudo foi de conhecer melhor o peregrino quanto ao uso das tecnologias móveis, visto estar integrado numa sociedade altamente tecnológica. A utilização dos dispositivos móveis durante a peregrinação pode ser dividida em 4 dimensões: obtenção de informação e tirar fotografias, para comunicar, por conveniência e para entretenimento. Observando-se a média atribuída aos itens de cada fator, verifica-se que o fator com maior peso é *obtenção de informação e tirar fotos*, mas apenas com uma média de 3. O fator com menor média é para entretenimento, com

1,7. Estes valores baixos parecem indicar que os peregrinos são pouco adeptos da tecnologia durante a peregrinação, recorrendo mais ao dispositivo móvel para pesquisar informações relativas ao Caminho ou para tirar fotografias.

O baixo uso das novas tecnologias poderá ser explicada pelo facto do Caminho de Santiago ser visto como um trajeto de reflexão espiritual, o que leva a que muitos se queiram afastar da rotina do dia-a-dia e, por conseguinte, das tecnologias.

Referências |

- Kawash, J., Morr, C. El, & Itani, M. (2007). A novel collaboration model for mobile virtual communities. *International Journal Web Based Communities*, 3(4), 427–446. <http://dx.doi.org/10.1504/IJWBC.2007.015868>
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2014). A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences. *International Journal of Tourism Research*, 16(4), 340–350. <http://doi.org/10.1002/jtr.1958>