

Mediatização e Peregrinação: uma proposta de pesquisa sobre o Caminho de Santiago¹

Marco Túlio de SOUSA²

RESUMO

O texto recupera nosso projeto de pesquisa de doutorado sobre a mediatização do Caminho de Santiago e aponta seus desenvolvimentos iniciais. Partimos da consideração de Cardita (2012) de que constitui o ritual de peregrinação três aspectos principais: as motivações do peregrino; o fato deste se desligar do âmbito familiar e se deslocar até um local considerado sagrado; e suas narrativas quando do seu retorno. Tendo em vista a incorporação dos dispositivos móveis pelos peregrinos propusemos inicialmente entender de que modo as apropriações feitas por eles transformam a experiência de peregrinação. Para tanto, sugerimos três eixos de investigação: análise das interações em grupos de *facebook*, análise de aplicativos destinados a peregrinos e pesquisa participante. No presente momento os dados colhidos do primeiro eixo revelam a presença de referências não religiosas, como o turismo e a auto-ajuda, apontando para novas construções de sentido que passam pela mediação da mídia e do consumo.

PALAVRAS-CHAVE: Mediatização da Religião; Santiago de Compostela; Peregrinação.

1. Introdução

No dia 17 de outubro de 2016 a internauta R. P. postou nove fotos no grupo do *facebook* “Caminho Central Português Para Santiago de Compostela” acompanhadas do texto: “Pontevedra... Aqui começa meu caminho espiritual por terra, por água e por alma. E que Deus permeie meus passos. L. F. [apelido de R. P.] nos caminhos da vida”. A postagem era seguida de onze comentários. A maioria consistia em variantes da frase “bom caminho”. Em outras publicações internautas compartilhavam fotos diárias enquanto percorriam o Caminho. As postagens tinham os mais diversos objetivos: alertar sobre perigos, pedir sugestões, mostrar em que parte do trajeto se encontravam, expor seus medos, anseios ou alegrias.

¹ Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada na Pontifícia Universidade Católica – Campinas, 17/8/2017.

² Doutorando em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Mestre em Comunicação pela UFMG e graduado em Comunicação (Jornalismo) pela UFJF. Bolsista do CNPq. E-mail: marcotuliosousa@hotmail.com.

As publicações neste grupo e em outros similares dedicados ao Caminho de Santiago de Compostela fizeram nascer questionamentos relacionados ao modo como os dispositivos móveis podem interferir nas experiências religiosas. Assim, surgiu a pergunta que orientou a construção de nosso projeto de pesquisa, qual seja: se o ritual de peregrinação implicava outrora um desligamento do mundo familiar e fazer um percurso até um local considerado sagrado e as tecnologias de comunicação móvel nos permitem estar em contato permanente com o mundo que nos é próximo, de que modo estas interferem na experiência dos peregrinos?

O questionamento nos levou a buscar compreender melhor o modo como se configura tradicionalmente este ritual a fim de refletirmos sobre como a articulação com os dispositivos móveis e as redes sociais pode afetá-lo. De acordo com Cardita (2012, p. 197), embora seja apropriado de forma distinta por cada religião há elementos que permitem perceber um traço comum às peregrinações, tais como: as motivações dos peregrinos e o já citado ato de deixar o âmbito familiar e percorrer uma determinada distância até um local considerado sagrado. Além disso, Coleman (CARDITA, 2012, p. 206) considera que a narrativa sobre a experiência quando o peregrino retorna para casa também integra o ritual, envolvendo, portanto, não apenas o que se vive no percurso, mas também a construção de sentido e partilha sobre esta experiência.

Tendo em vista tais considerações, a discussão sobre mídiatização (FAUSTO NETO, 2008; FERREIRA, 2007; GOMES, 2011; HEPP, 2014; HJARVARD, 2014) e mídiatização da religião (MARTINO, 2012) propusemos responder tal pergunta por meio de três frentes: análise das narrativas de peregrinos de língua portuguesa em grupos de *facebook*, análise dos aplicativos direcionados a quem faz o Caminho; e observação participante de grupos de peregrinos que caminham para Santiago de Compostela. Antes, porém, de detalharmos nossa proposta de investigação e alguns de seus resultados iniciais que levaram a reconfigurar a pergunta de pesquisa, trazemos alguns apontamentos sobre a história do Caminho de Santiago, o ritual enquanto categoria e o conceito de mídiatização. Tais formulações são fundamentais para a construção metodológica.

2. O Caminho de Santiago e o ritual enquanto categoria de análise

A tradição católica conta que no século VII um camponês do reino das Astúrias (Espanha) teria visto luzes no céu que pareciam indicar um caminho que seguia até o monte Libradón. Interpretando a visão como milagre ele vai ao bispo local e relata o acontecido. O sacerdote resolve acompanhá-lo e também avista as luzes. Lá encontram em meio à vegetação um túmulo de mármore onde encontraram três corpos que interpretaram ser do apóstolo Tiago e de seus discípulos. A notícia rapidamente corre a Europa e o rei das Astúrias manda construir no local uma capela e um mosteiro.

O fato deu origem à peregrinação a Santiago de Compostela, cidade onde se encontra o suposto túmulo do apóstolo. A tradição persiste nos dias atuais, sendo que nos últimos cinco anos cerca de 1 milhão de peregrinos solicitaram a “Compostela”³. Para obter a certificação é necessário ter no passaporte do peregrino⁴ os carimbos dos albergues/ restaurantes credenciados e assinar a declaração de que se fez no mínimo os últimos 100 km a pé ou 200 km de bicicleta de uma das rotas reconhecidas (Caminho Francês, Aragonês, Português, do Norte, a Rota da Prata) (TROMBINI, 2013, p. 41).

O contingente expressivo também se verifica na quantidade de aplicativos direcionados aos peregrinos de Santiago. Em uma pesquisa para a elaboração do projeto para ingresso no doutorado identificamos mais de 40 aplicativos na *Google Play Store* com o enunciado “Caminho de Santiago”, já na *App Store* encontramos três⁵. No *facebook* foram 38 grupos com o termo⁶. Ao analisar os grupos de *facebook* observamos também intenso compartilhamento de filmes, documentários e livros sobre o assunto. Tais dados nos sugerem desde já que o midiático torna-se um componente que não se deve ignorar, uma vez que passa a integrar o cotidiano dos peregrinos, seja pelos usos e apropriações dos dispositivos móveis e seus aplicativos, ou pelos sentidos que circulam sobre o peregrinar e o Caminho de Santiago nos textos, filmes e documentários compartilhados.

³ Dados extraídos a partir de consulta ao site da *Oficina de Acogida al Peregrino* de Santiago de Compostela. Disponível em: <http://peregrinossantiago.es/esp/oficina-del-peregrino/estadisticas/>. Acesso: 07/09/2016.

⁴ O passaporte do peregrino pode ser conseguido em associações autorizadas pela Igreja Católica, seja em algum país que integra o Caminho, ou em outras nações. A Compostela é recebida somente na chegada a Santiago.

⁵ Pesquisa feita no dia 11/09/2015.

⁶ Pesquisa feita no dia 11/09/2015.

No tocante à categoria de ritual e, conseqüentemente, do ritual de peregrinação, é importante notar tal como outros rituais a peregrinação permite ao ser humano fazer uma travessia da realidade profana⁷ para a sagrada, saindo assim do tempo e espaço ordinários e mergulhando em uma dinâmica temporal e espacial distinta (ELIADE, s.d., p. 82). Em “O Sagrado e o Profano”, Eliade elabora uma fenomenologia da religião que deriva do conceito de hierofania, o qual significa “manifestação do sagrado” (ELIADE, s.d., p. 25). Segundo ele, religiões se constituíram historicamente pelas inscrições do Sagrado⁸ no mundo, por meio das “hierofanias”. A hierofania cria consigo um *axis mundi*, um centro, um eixo de orientação para a humanidade. Assim, demarca um lugar diferenciado que organiza os demais. À luz desta perspectiva, podemos inferir que o túmulo do apóstolo vem a tornar tal espaço diferente dos demais para os crentes.

Tal como o espaço, o tempo também não é, para o homem religioso nem homogêneo nem contínuo. Há, por um lado, os intervalos do tempo sagrado, o tempo das festas (na sua grande maioria, festas periódicas); por outro lado, há o tempo profano, a duração temporal ordinária na qual se inscrevem os atos privados de significação religiosa (ELIADE, s.d., p. 82).

Os rituais servem para mediar a passagem de um tempo e espaço a outro. Podem ser desde o sinal da cruz que se faz antes de entrar em uma igreja ou percorrer uma grande distância a pé, uma peregrinação, até um destino considerado sagrado. Ao mergulhar no ritual da peregrinação também se entra em um tempo sagrado, que implica orações, sacrifícios, uma vivência diferente da habitual.

Nesse sentido, como a entrada de um novo elemento pode potencialmente afetar a experiência do peregrino? Pensando na peregrinação a Santiago, Miklos (2010) observa que hoje é possível percorrer o Caminho pelo *Google Street View* e questiona se nesta “ciberperegrinação” é possível ter uma experiência de transcendência. A resposta é negativa. Segundo ele, “a experiência religiosa converte-se em consumo e não resulta em transcendência, mas apenas em consumo de imagens. (...) não apenas o corpo e o

⁷ Vale destacar que para Eliade o termo profano não significa necessariamente um “contra-sagrado” (os demônios, por exemplo), mas sim uma existência diferente da sagrada.

⁸ Eliade não se preocupa em definir se as experiências ditas sacras de fato o foram. O que importa ao autor é pensar de que modo supostas manifestações do sagrado possuem elementos comuns na sua configuração.

espaço são devorados pelo poder divino da mídia, mas também aqueles que estão envolvidos nela e por ela” (MIKLOS, 2010, p. 118).

Em nossa proposta cabe notar desde já que o corpo e o espaço não são “sacrificados” da maneira como Miklos coloca, mas sim interpelados por um dispositivo que se faz cada vez mais presente no cotidiano e que disponibiliza novas modalidades de experiência que nos permitem construir relações diferenciadas com o tempo e o espaço. Para melhor compreendermos este processo pelo qual a articulação com lógicas da mídia vem reconfigurar práticas sociais trataremos do conceito de *mediatização*.

3. Mediatização e Mediatização da Religião

Os estudos sobre *mediatização* têm obtido espaço na academia em diferentes contextos geográficos e acadêmicos. Há centros de pesquisa que discutem o conceito em diversos países europeus (Noruega, Dinamarca, Alemanha, Reino Unido etc), nos Estados Unidos, na Austrália e na China (KAUN, FAST, 2014). No Brasil é já conhecida a produção de pesquisadores como Muniz Sodré, da UFRJ, e de José Luiz Braga, Antônio Fausto Neto, Pedro Gilberto Gomes e Jairo Ferreira da UNISINOS. Destaca-se também no cenário brasileiro a produção argentina, em especial de Eliseo Verón, de professores da Universidade Nacional de Rosario (Unr) e da Universidade de Buenos Aires (Uba). Nos últimos anos também temos notado a crescente presença de autores europeus como Stig Hjarvard e Andreas Hepp em periódicos brasileiros (*Matrizes*, *Parágrafo*, *Fronteiras*).

A despeito das diferentes perspectivas sobre o conceito de *mediatização* encontramos um entendimento comum de que este consiste em um processo de *transformação* da sociedade que está diretamente associado à mídia (HEPP, 2014, p. 47; GOMES, 2016, p.1). As distintas teorizações procuram explicar tal fenômeno a partir dos seus referenciais próprios, angulações e objetos de análise. Embora não tenhamos por objetivo fazer uma revisão bibliográfica rigorosa, explicitaremos algumas abordagens que nos ajudarão a tratar de nosso objeto de estudo.

Refletindo sobre a discussão europeia Hepp (2014, p.47) distingue duas tradições que trabalham com o conceito: a socioconstrutivista, da qual ele mesmo se considera um representante; e a institucionalista, que tem em Hjarvard um expoente. A primeira parte do interacionismo simbólico e da sociologia do conhecimento e volta-se para a comunicação cotidiana, pensando a “construção comunicativa” como definidora da transformação da cultura e da sociedade. Para os autores desta perspectiva a midiatização consiste em um processo “metaprocessos de mudança” que percorre a história da humanidade. Este processo não é linear e ocorre de forma distinta em diferentes contextos históricos e sociais.

Já a corrente institucionalista difere da sócioconstrutivista por considerar que o processo de midiatização um fenômeno recente, que tem início nas últimas décadas do século XX. Além disso, trabalha em um nível *meso*, ou seja, acima “das interações microssociais e abaixo do nível *macro* das assertivas gerais acerca da sociedade como um todo” (HJARVARD, 2014, p. 30), considerando que a midiatização decorre da incorporação de “lógicas da mídia” pelas instituições.

No contexto nacional, José Luiz Braga (2015) apresenta crítica à perspectiva de Hjarvard. Concordando com Berger & Luckmann, Braga (2006, pp. 11-12) considera que os processos interacionais constroem a realidade social, mas acrescenta que dentre eles há “processo interacional de referência” que organiza os demais processos e a própria sociedade. Se em determinado momento da história uma “cultura da escrita” era determinante para o funcionamento de outros processos sociais, hoje as lógicas da midiatização ocupam esse papel. Ao analisar as ideias de Hjarvard, Braga (2015) comenta que a perspectiva do pesquisador dinamarquês é problemática por, principalmente, considerar apenas a “influência” da mídia sobre a sociedade, mas não como outras dinâmicas levam a mídia e suas lógicas a se reconfigurarem. Para o pesquisador brasileiro, embora seja imprescindível considerar as lógicas da mídia ao se pensar nas lógicas da midiatização, estas não se explicam unicamente por aquelas.

Outras tensões se percebem nas elaborações de Muniz Sodré e Pedro Gilberto Gomes. Sodré (2002) parte da conceituação aristotélica de *bios* (gênero de vida) para

afirmar que estamos diante de um *bios midiático*, ou seja, uma “qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo” (SODRÉ, 2002, p. 25). Em livro recente (SODRÉ, 2014) o autor sustenta que mesmo tendo sido formulado em uma época de predominância da TV e do rádio o conceito não se tornou obsoleto, visto que celulares, *tablets* e computadores “não apenas mudaram o consumo de mídia como criaram tecnologias próprias de mediação” (SODRÉ, 2014, p. 78). Gomes, por sua vez, aponta que a midiatização vai além do *bios midiático* de Sodré, muito voltado para a tecnointeração, mas implica tanto as novas relações e (inter-)conexões possibilitadas pela tecnologia digital quanto o surgimento de uma nova “ambiência” (GOMES, 2016, p.18). Para este autor, a *ciberesfera* inaugurou um novo estágio, um novo paradigma que “transforma a existência da humanidade” (GOMES, 2011, p. 1).

Ao tratar deste processo histórico, Fausto Neto (2008) faz uma diferenciação entre “sociedade dos meios” e “sociedade da midiatização”. “Na primeira as mídias estariam a serviço de uma organização de um problema interacional e sobre o qual teriam uma autonomia relativa, face a existência dos demais campos”. (FAUSTO NETO, 2008, p.93). Já na segunda a cultura midiática se torna a referência central sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva da sociedade se estabelece. De modo semelhante a Gomes (2016), mas se amparando no conceito de “campo social” de Bourdieu, Fausto Neto considera que mais do que “organizar” a interação de outros campos, as mídias “se converteram numa realidade mais complexa em torno da qual se constituiria uma nova ambiência, novas formas de vida” (FAUSTO NETO, 2008, p.92).

Ferreira (2007), por sua vez, sustenta que devemos pensar a midiatização como processo que se configura a partir das relações que se tecem entre “dispositivos midiáticos”, “processos de comunicação” e “processos sociais”, tendo cuidado para não eleger um deles como determinante absoluto, visto que cada polo é configurado pelos demais, assim como também os delinea em alguma medida. Deve-se ter o cuidado para não se subordinar a lógica de um aos outros, mas sim se buscar compreender como das relações de ordem dialética e circular entre eles a midiatização se engendra.

Por enquanto, não nos cabe optar por uma ou outra perspectiva. Acreditamos que o desdobrar da análise apontará aquela(s) que será(ão) mais produtiva(s) para a nossa investigação. Tendo como norte o ponto em que convergem podemos afirmar que pela midiática dinâmicas de vários setores na sociedade são afetadas e muitas vezes reorganizadas. Isso ocorre também com a religião.

3.1. Midiatização da Religião

Ao fazer uma revisão bibliográfica sobre as pesquisas de midiatização da religião Martino (2012) aponta três tendências de estudos. A primeira diz respeito à identificação de elementos religiosos em produtos da mídia laica, a segunda reflete sobre o uso da mídia por instituições religiosas, já a terceira discute como a midiatização interfere no processo de secularização.

Como exemplo da primeira tendência, citamos uma investigação de Hjarvard (2006). Segundo o autor, houve crescimento na quantidade de conteúdo religioso na mídia laica a partir da década de 90, o que inclui desde produções ficcionais a programas factuais de TV que abordam o paranormal, o sobrenatural ou problemáticas institucionais das religiões (HJARVARD, 2006, p. 2). Outro aspecto destacado pelo autor é o poder da mídia de atualizar e recriar rituais como casamentos e funerais, podendo vir a disputar ou compartilhar com as igrejas. A investigação leva-o a concluir que embora não haja um impacto uniforme, a midiatização pode levar futuramente a se falar de re-sacralização da sociedade pela mídia, perda da autoridade institucional das religiões e promoção de rituais cada vez mais secularizados (HJARVARD, 2006, p.2).

Hoover (2014) concorda que há perda da autoridade institucional, principalmente pela ampla divulgação e recepção de informações negativas sobre lideranças e instituições. Não obstante, reconhece que há um movimento de ocupação de espaços na mídia pelas religiões que visa não só ampliar as formas de contato com os fiéis, como também atingir um público maior, levando a criação de “produções midiáticas religiosas”. É sobre estes produtos que se debruça a segunda tendência de estudos identificada por Martino (2012, p.226).

Neste segundo grupo destacamos as contribuições de Fausto Neto (2003) e Sbardelotto (2012). O primeiro analisou programas televisivos da Igreja Católica e de denominações evangélicas e sugere que a perda da simultaneidade espacial se vê compensada por um apelo ao contato pela mediação de uma linguagem que orienta para o toque. Assim, utiliza o termo “religião do contato”, o qual descreveria essa religiosidade oriunda dos atravessamentos entre a TV e a religião. Já Sbardelotto (2012) em pesquisa sobre o site A12 da Basílica de Aparecida (SP) verifica que no portal há possibilidade de se realizar virtualmente rituais como rezar o terço e acender uma vela, o que abriria margem para uma religiosidade mais aberta às intervenções dos fiéis.

As pesquisas da segunda tendência sugerem que há uma nova configuração da religiosidade na contemporaneidade que tem na mídia um elemento essencial. Como nos fala Martín-Barbero (1995) ao tratar das inserções de instituições religiosas no rádio e na TV, “el medio no es simplemente una ayuda para amplificar la voz sino que es un elemento importante, un elemento fundamental del contacto religioso, de la celebración religiosa, de la experiencia religiosa” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 6). A religião encontrou na mídia uma forma de “fagocitar la modernidad”, de modo a devolver ao mundo o mistério e a magia, operando, assim, um “reencantamiento”. Tal “reencantamiento” de um lado vai de encontro à tradicional tese da secularização que previa um mundo cada vez mais racionalizado. Porém, por outro lado coaduna-se à secularização, visto que ainda que haja um ressurgimento da magia, a perda da autoridade das instituições religiosas tradicionais teria continuidade.

Esta discussão sobre as relações entre a midiaticização da religião e o processo de secularização consiste na terceira tendência de estudos apontada por Martino (2012). Além de Martín-Barbero, destacamos também a perspectiva de Willaime (2001) que considera que a produção de programas de TV por parte das instituições religiosas levam a se secularizarem, visto que para atingir um público mais amplo as lideranças não se limitam exclusivamente a temáticas espirituais. No entanto, a abordagem de temas religiosos em “emissões profanas” pode levar a uma espiritualização do religioso, o que

novamente nos leva para o destaque ao elemento mágico. Refletindo sobre a terceira corrente Martino (2012) discorre:

Neste particular, enquanto alguns pesquisadores, a exemplo de Iannacone (1998) e Mckee (2005) reforçam a ideia de que o uso da mídia levou à secularização da sociedade, aproximando a religião de práticas laicas, descaracterizando sua singularidade, outros, como Kolakowski (1982, 1990), Stollow, (2005), Hoover (2006) e Meyer e Moors (2006) argumentam que trata-se de uma reversão do processo de secularização, na medida em que a midiatização do religioso aumenta sua visibilidade no espaço público (MARTINO, 2012, pp. 226-227).

A problematização feita até aqui não permite contemplar em profundidade os distintos percursos feitos por aqueles que se dedicam a estudar “a midiatização da religião”, muito menos oferecer uma síntese que abarque as perspectivas apresentadas. Não obstante, permite-nos entrever um traço comum: a existência de uma nova religiosidade, mais independente das instituições e que tem nos processos midiáticos um elemento configurador. Tendo em vista estas observações e as especificidades de nosso objeto de análise, elaboramos a seguinte proposta metodológica.

4. Proposta Metodológica

Ao elaborar nosso projeto de pesquisa de doutorado propomos uma análise a ser desenvolvida em três frentes.

1) *Análise de aplicativos*: como dito anteriormente, há diversos aplicativos destinados a quem faz o Caminho de Santiago. A maioria possui caráter informativo, servindo como “guia turístico” com informações sobre albergues e monumentos. Uma das exceções é o *miCamino*, aplicativo integrado ao *Google Maps* que além das informações possui opções interativas, como a de se tirar uma foto em que ficam registradas a hora local, o lugar do Caminho e a distância que falta para se chegar a Santiago. A foto vem com “selo” do aplicativo que indica que a pessoa está fazendo o caminho. Há também possibilidade de se compartilhar as imagens no *facebook*. Nessa

fase, o objetivo é observar que recursos tais aplicativos disponibilizam para o usuário e como se articulam à experiência de peregrinação.

2) *Pesquisa participante*: para analisar a experiência daqueles que fazem o Caminho acreditamos ser importante desenvolver uma pesquisa participante, nos moldes do que tem sido chamado de “etnografia de mídia” (PERUZZO, 2003, p.11) e acompanhar *in loco* os comportamentos, usos e interpretações que um segmento faz de determinado meio de comunicação. Assim, procuraríamos perceber também quando os peregrinos costumam utilizar os dispositivos, onde, de que modo e possíveis finalidades, bem como os momentos em que evitam fazer uso deles. Tal observação participante é importante, pois o tomar contato com a realidade vivenciada pelos peregrinos pode suscitar questionamentos e sugerir possibilidades analíticas não previstas no momento de planejamento. Já na cidade de Santiago aplicaríamos um questionário aos peregrinos com o objetivo de fazer um levantamento quantitativo sobre os usos (ou não) dos dispositivos móveis. Ao contabilizar tais dados sobre quando, onde e como e com que objetivo os utilizam, bem como as razões para não o fazerem, poderemos cruzar as estatísticas com o resultado da observação participante.

3) *Análise dos grupos de facebook*: este eixo foi o que primeiro recebeu nossa atenção. Inicialmente havíamos proposto uma análise das narrativas de peregrinação postadas em três grupos de *facebook* de língua portuguesa dedicados ao assunto uma vez que, conforme dito, o ritual da peregrinação abrange uma dimensão narrativa que consiste no relato do peregrino sobre sua experiência aos familiares e amigos quando do seu retorno (CARDITA, 2012, p. 197). No entanto, ao observar nos grupos notamos que muitas narrativas eram compartilhadas pelos internautas enquanto eles estavam peregrinando, o que nos leva a inferir que estamos diante de uma nova forma de narrativa de peregrinação. Assim, propusemos analisar narrativamente os grupos Caminho Central Português para Santiago de Compostela⁹; 2) Caminho de Santiago; 3) Caminho de Santiago de Compostela. Entretanto, as primeiras análises feitas em 2016

⁹ Pouco tempo depois da nossa primeira coleta em junho e julho de 2016 este grupo foi excluído, não sendo possível visualizar qualquer conteúdo postado. Em substituição selecionamos o grupo Caminho Português - Porto a Santiago de Compostela.

apontaram que somente a análise das narrativas não daria conta dos indícios que emergiram a partir da coleta e que nos levaram a redefinir nossa pergunta de pesquisa.

5. Primeiros indícios e encaminhamentos

Em um exercício analítico feito para uma disciplina do doutorado em 2016 (SOUSA, 2016) procuramos observar os tipos interações que ocorriam nos três grupos de *facebook*. Chegamos a oito modalidades de postagens: 1 - divulgação de produtos e serviços para peregrinos; 2 - curiosidades sobre o Caminho; 3 – mensagens de caráter motivacional/ espiritual que se revestiam de um caráter de autoajuda e (ou) místico; 4 – notícias que saíam na imprensa sobre o Caminho; 5 – postagens sobre o próprio grupo em que se criticava alguma postagem ou se agradecia por ajuda prestada; 6 – sem relação com a temática do grupo (links com vírus, por exemplo); 7 – narrativas sobre a peregrinação por meio de vídeos, fotos e textos; 8 – disputas de sentido entre os membros sobre o peregrinar.

Este trabalho trouxe indícios que nos surpreenderam. Houve pouquíssimas menções à Igreja Católica e práticas associadas a esta instituição religiosa, como orações e preces. Entretanto, isso não significa uma anulação da religiosidade. Muitas postagens traziam enunciados religiosos, do tipo “o Caminho me chama” e “Deus te abençoe”. Além disso, muitas narrativas falavam de transformações pessoais decorridas da experiência de peregrinação, ou seja, um “antes e depois” do Caminho de Santiago. As poucas referências ao catolicismo também podem ser explicadas pela emergência de outras motivações desvinculadas do religioso institucional.

Não raro peregrinos relatam que se interessaram pelo Caminho de Santiago a partir da leitura do livro *Diário de um Mago* de Paulo Coelho e/ ou do filme *The Way*, dirigido por Emílio Estevez. Ou seja, para muitos, esta experiência se dá pela mediação da mídia e se articula às lógicas do consumo e do entretenimento. Isso é observável tanto na oferta de produtos nos grupos quanto nas narrativas lá publicadas. Nos relatos a experiência é associada a uma aventura, ao entretenimento e ao conhecimento cultural que se adquire, o que por vezes faz emergir conflitos, disputas de sentido sobre os

modos mais ou menos apropriados de se peregrinar. Em tais embates alguns são chamados pejorativamente “turisgrinos” (turista peregrino).

Isto nos mostra que as lógicas de mediação não são plenamente aceitas. Nesse sentido, chamou-nos a atenção também outro episódio em que ao perguntarmos nos grupos quais os aplicativos mais úteis aos peregrinos recebemos respostas como “os teus pés e a tua vontade” e “não precisas aplicativo nenhum. Se quiseres ter informação pode ver, por exemplo, aqui: [link do *site* Gonze]”. O último enunciado nos sugere que ainda que a combinação da peregrinação com as lógicas de mediação seja rejeitada por alguns membros não se pode dizer que os processos midiáticos não estejam presentes para estes sujeitos. A própria participação dos “resistentes” nos grupos pode ser vista como indício das ações de negociação com estas lógicas. Além disso, é importante ressaltar os comentários, sempre positivos, quando peregrinos compartilham narrativas em vídeos, fotos e textos enquanto estão fazendo o percurso. Assim, embora o uso dos dispositivos móveis esteja claramente incorporado ao cotidiano dos peregrinos há usos e apropriações mais e outros menos aceitos.

No tocante às narrativas, observamos que a lógica do entretenimento midiático vem se fazer presente não apenas no conteúdo, mas também na estrutura das mesmas, no modo como são tecidas pelos sujeitos, em formato de capítulos postados diariamente enquanto se faz o percurso. Nesse sentido, assemelham-se a produtos midiáticos como séries e novelas. A chegada a Santiago, por exemplo, corresponde ao momento de maior envolvimento, quando a história encontra seu desfecho. Neste âmbito encontramos outra junção da mediação no ritual de peregrinação visto que emergem regimes discursivos distintos daquele de que Coleman (Cardita, 2012) nos fala quando se refere às narrativas de peregrinação partilhadas no momento de retorno à casa.

Estas inferências iniciais nos levam a reconfigurar nossa questão de pesquisa, uma vez que parece ser mais interessante se perguntar que peregrinações emergem a partir das articulações com as lógicas de mediação do que centrar a análise somente nos usos e apropriações dispositivos móveis. Isso nos convida também a repensar nossa proposta metodológica para os desenvolvimentos futuros.

Referências bibliográficas

BRAGA, J. L. Mediatização como processo interacional de referência. Texto apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade, do **XV Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)**, na Unesp/Bauru, São Paulo, em junho de 2006.

_____, J.L. Lógicas da mídia, Lógicas de midiatização? In: ANSELMINO, N. R., FAUSTO NETO, A., GINDIN, I. L.. **Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones**. 1 ed. Rosario: UNR Editora, 2015.

CARDITA, Â.. Peregrinação: possibilidades de compreensão crítica de uma experiência. In: **Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, Vol. XXIV, 2012, pág. 195-213.

ELIADE, M.. **O Sagrado e o Profano: a essência das religiões**. Lisboa (Portugal): Edição Livros do Brasil, s.d.

FAUSTO NETO, A.. Religião do contato: estratégias dos novos "templos midiáticos". In: **Emquestão** – Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Porto Alegre, RS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Vol. 2, n 1(jan./jun 2003), p. 163-182.

_____, A.. Fragmentos de uma analítica da midiatização. In: **Revista Matrizes**, nº 2, Abril, 2008 – pp 89-105

FERREIRA, J. Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. In: **E-Compós**, v. 10, pp. 1-13, 2007.

GOMES, P. G.. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. In: **Famecos**. Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016.

_____, P. G.. Da sociedade dos mídias à sociedade em midiatização. In: **IHU-Online (Unisinos)**. Disponível em: <https://goo.gl/BUkoB9>. Acesso: 15/10/2016.

HEPP, A.. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. In: **Matrizes**, v.8, nº1, jan./jun.. 2014, pp. 45-64.

HJARVARD, S.. The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as na Agent of Religious Change. In: **5th International Conference on Media, Religion and Culture: Mediating Religion in the Context of Multicultural Tension**. Estocolmo, 2006.

_____, S.. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. In: **Matrizes**, v.8, nº1, jan./jun.. 2014, pp. 21-44.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

_____, S.. Da Mediação à Mdiatização: a institucionalização das novas mídias. In: **Parágrafo**, vol. 3, nº 2, jul./dez., 2015, pp. 51-62.

HOOVER, S.. Mídia e Religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. In: **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, v.35, n.2, p.41-68, jan./jun.2014.

KAUN, A., FAST, K.. **Mediatization of culture and everyday life**. Huddinge (Sweden): Karlstad University Studies, 2014.

MARTIN-BARBERO, J.. Secularizacion, desencanto y reencantamiento massmediatico. **Dialogos de lacomunicación**, 41, mar. 1995. pp. 71-81.

MARTINO, L. M. S.. Mediação e midiatização em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas. In: JANOTTI JUNIOR, J., MATTOS, M. Â., JACKS, N. (orgs). **Mediação e Mdiatização**: livro Compós, Salvador: EDUFBA, 2012, Brasília: COMPOS, pp. 219-244.

MIKLOS, J.. **A construção de vínculos religiosos na cibercultura**: a ciberreligião. Tese (Doutorado) em Comunicação e Semiótica. Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, 2010.

PERUZZO, C. M. K.. Da observação participante à pesquisa-ação em Comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos. In: **Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Belo Horizonte (MG), 2003.

SBARDELOTTO, M.. Do bits à rede: entre a experiência religiosa e a representação social do “católico” na internet. **Anais do XXI Encontro da Compós**, Juiz de Fora (MG), 2012.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho** – uma teoria da comunicação linear e em rede. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

_____, M. **A ciência do comum** – notas para o método comunicacional. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

SOUSA, M. T.. As primeiras pistas no/do Caminho: inferências iniciais de uma pesquisa sobre a midiatização da peregrinação a Santiago de Compostela. In: **Anais do I Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais**. São Leopoldo: Unisinos, 2017. v. 1.

TROMBINI, V.. **A narrativa dos peregrinos a Santiago de Compostella**: uma análise comunicacional. Dissertação (Mestrado) em Comunicação e Cultura. Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Sorocaba, Sorocaba (SP), 2013.

WILLAIME, J. P.. Les médias et les mutations contemporaines du religiexu. In: **Autres Temps, Cahier d'éthique sociale et politique**. Nº 69, 2001, pp. 64-75.