



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

SMARTPHONES, APLICATIVOS E PEREGRINAÇÃO: IDENTIDADES (RE-) NEGOCIADAS DO PEREGRINO NO CAMINHO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

SMARTPHONES, APPS AND PILGRIMAGE: NEGOTIATED IDENTITIES OF THE PILGRIM ON THE CAMINO DE SANTIAGO

Marco Túlio de Sousa¹

Resumo: Propõe-se analisar os usos e apropriações dos smartphones e aplicativos por peregrinos. Realizou-se um exercício analítico de inspiração netnográfica (HINE, 2015, POLIVANOV, 2013) com os aplicativos *MiCamino* e *Eroski*, consultas em grupos de *facebook* dedicados ao Caminho de Santiago e entrevistas. Os dados indicam que a peregrinação midiaticada evoca percepções aparentemente contraditórias quanto à incorporação de tais tecnologias: da “peregrinação amarrada” à sensação de segurança; do “isolamento midiático” ao “contato expandido”. As distintas implicações sugerem que a midiaticação não consiste em processo homogêneo, configurando, dessa maneira, identidades diversas a partir das negociações dos sujeitos com as lógicas midiáticas (HJARVARD, 2015).

Palavras-chave: Caminho de Santiago. Mídia e Processos Sociais. Peregrinação. Aplicativos e peregrinação. Religiosidade Digital.

Abstract: It is proposed to analyze the uses and appropriations of the smartphones and applications by the pilgrims. It was realized an analytical exercise of netnography inspiration (HINE, 2015, POLIVANOV, 2013) with the *MiCamino* and *Eroski* apps, consults in facebook groups that are dedicated to the Camino de Santiago and interviews. The data indicate that the mediaticated Peregrination evokes perceptions apparently contradictory regarding the incorporation of these technologies: from "tied peregrination" to the safety sensation; from "media isolation" to "expanded contact". The different implications suggest that the "mediatication" does not consist in a

¹ 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. Dedicou-se a estudar a interface entre mídia e religião. É criador e administrador do site “Mídia, Religião e Sociedade”.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

homogeneous process, setting, in this manner, distinct identities from the negotiation of the subjects with the “media logics” (HJARVARD, 2015).

Keywords: Camino de Santiago. Religious Mediatization. Pilgrimage. Apps and pilgrimage. Digital Religiosity.

1.Introdução²

Em uma visita a Santiago de Compostela em 2012 nos chamou a atenção o fato de peregrinos chegarem à catedral galega e fazerem registros fotográficos, principalmente *selfies*, com seus smartphones, uma vez que isso parecia romper a lógica do isolamento (não apenas físico) que caracterizaria o ritual. O midiático parecia interferir no modo como se vivenciava a peregrinação. Esta percepção, juntamente com a observação inicial de outros espaços (grupos de *facebook*) e leitura de textos sobre este ritual (Cardita, 2012), resultou em um projeto de pesquisa de doutorado que objetiva compreender de que maneira a “mídiação” (Gomes, 2016, p. 1; Hepp, 2014, p. 51) transforma a experiência de peregrinação à Santiago de Compostela. Para dar conta desta problemática propusemos uma pesquisa em três frentes: 1) análise das interações entre peregrinos de língua portuguesa em grupos de *facebook*; 2) análise dos aplicativos direcionados a quem faz o Caminho; e 3) pesquisa participante com peregrinos.

A primeira parte (1) está em fase final. Em textos anteriores (Sousa, Rosa, 2017; Sousa, 2016), apresentamos alguns resultados derivados da análise de interações em quatro grupos do facebook dedicados ao Caminho de Santiago (Caminho Central Português para Santiago de Compostela, Caminho de Santiago, Caminho de Santiago de Compostela, Caminho Português – Porto a Santiago de Compostela). As interações nestes espaços constituem complexos circuitos nos quais a “circulação” nos dá a perceber pistas de compreensão desta “peregrinação midiática”. Importante notar que a circulação aqui é entendida enquanto “zona de articulação” (Fausto Neto, 2010, p. 7) que resulta em novas formas de organização dos discursos, cujos efeitos é impossível

² Uma primeira versão foi produzida como trabalho final do “Seminário de Subjetividades e dinâmicas identitárias na cultura digital” ministrado pela professora Dra. Beatriz Polivanov no segundo semestre de 2017 no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unisinos.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

presumir. Trata-se também de uma “relação de valor” (Rosa, 2016), pois aquilo que é posto a circular, levado à diante, é resultado de um jogo entre atores e instituições que passam a atribuir valor a determinados textos, imagens e objetos.

Atentando-nos às interações nos grupos, distinguimos oito modalidades de postagens: 1 - divulgação de produtos e serviços para peregrinos; 2 - curiosidades; 3 – mensagens de caráter motivacional/ espiritual; 4 – notícias; 5 – postagens sobre o próprio grupo; 6 – sem relação com a temática; 7 – narrativas sobre a peregrinação; 8 – disputas de sentido entre os membros sobre o peregrinar (Sousa, Rosa, 2017).

De tal análise derivamos algumas inferências abrangentes:

a) *Entrada de lógicas do consumo e do entretenimento*: a mediação da peregrinação cria outras formas de acesso ao Caminho de Santiago que não somente aquelas identificadas com o mundo religioso. Filmes como *The Way* e o livro *Diário de um Mago* de Paulo Coelho, dentre outros produtos midiáticos, são apontados como materiais que despertaram interesse pelo Caminho. Assim, para muitos, tal experiência se dá pela mediação da mídia e se articula à lógicas do consumo e do entretenimento. Isso é observável tanto na oferta de produtos nos grupos quanto nas narrativas publicadas nesses espaços. Nos relatos a experiência é associada a uma aventura, ao entretenimento e ao conhecimento cultural que se adquire, o que por vezes desperta conflitos, disputas de sentido sobre os modos mais ou menos apropriados de se peregrinar. Todavia, isso não implica um desaparecimento do religioso.

b) *Poucas referências ao catolicismo*: embora apareçam raras menções à Igreja Católica isso não significa um esmaecimento do religioso. É comum encontrar relatos em que se fala de uma mudança de vida ocorrida por meio dessa experiência, ou seja, um “antes e depois” do Caminho. Além disso, é recorrente a presença de significantes do mundo religioso em expressões como: “senti uma energia diferente”, “o Caminho chama”, “Deus te abençoe” etc. O que se nota é uma permanência do religioso/espiritual que por vezes se desvincula do âmbito institucional católico, podendo acionar outras mediações, não religiosas, como a do consumo/ entretenimento.

c) *O Caminho da transformação*: na circulação o Caminho se transforma, passando a figurar como entidade suprareligiosa que contempla às diversas necessidades



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

expressas pelos sujeitos nas suas interações nos grupos de *facebook* que se unificam na ideia de que a peregrinação é uma experiência transformadora. Configura-se, portanto, uma “imagem totêmica” (Rosa, 2012). Entendemos o totem como um laço profundo do social que se evidencia em narrativas e produções visuais, implicando em uma imagem “aurática” nos termos de Walter Benjamin. Isto é, o Caminho de Santiago já não depende mais de uma imagem ou discurso religioso institucionalizado, ele se consolida enquanto objeto de “adoração”, se desprendendo da instituição católica.

d) Serialização das narrativas: a lógica do entretenimento midiático se expressa também na estrutura das narrativas, tecidas pelos sujeitos na forma de capítulos postados diariamente enquanto se faz o percurso. Assim, assemelham-se ao formato produtos midiáticos como séries e novelas. Neste âmbito, encontramos outra injunção da midiatização no ritual de peregrinação visto que emergem regimes discursivos distintos daquele de que fala Cardita (2012) quando aponta, a partir de Coleman, que uma das características deste ritual seria o relato que o peregrino compartilhava quando retornava à casa. Esta narrativa síntese dá lugar a um relato produzido com vistas a sua circulação, o que faz o peregrino levar em conta as reações dos internautas às suas publicações no facebook enquanto faz o percurso. Desse modo, as interações na rede passam a incidir diretamente no modo como vai vivenciar a peregrinação no dia seguinte e, por conseguinte, narrá-la.

Estas reflexões serviram de ponto de partida para avançarmos para a segunda fase da nossa pesquisa, que compreende na relação dos peregrinos com os smartphones e seus aplicativos. Neste trabalho, lançamos mão da discussão sobre etnometodologia virtual (Hine, 2015; Polivanov, 2013) para fazer um primeiro movimento analítico buscando entender como eles são apropriados pelos peregrinos e suas possíveis implicações para o ritual de peregrinação. Os resultados reforçam as considerações das análises anteriores, como também sugerem outras percepções para processos de reconfiguração em curso dos sentidos do Caminho e do próprio ser peregrino.

Antes de passar à análise, trataremos brevemente de alguns aspectos do ritual de peregrinação e da história da rota Jacobéia.



2. O ritual de peregrinação

A peregrinação, como todo ritual, implica fazer uma travessia da realidade profana³ 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, as religiões se constituíram historicamente pelas inscrições do Sagrado⁴ 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 Tiago Maior na Espanha veio constituir um espaço sacro para os crentes. Conforme nos diz Eliade,

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 mediam a passagem de um tempo e espaço a outro. Ao se mergulhar no ritual da peregrinação também se entra em um tempo sagrado, que implica orações, sacrifícios, uma vivência diferente da habitual. Esta adoção de uma postura existencial diferenciada quando da vivência do ritual também é apontada pelo antropólogo Victor Turner (1974, 2008) como componente do ritual, incluindo aí a peregrinação.

Em seu trabalho etnográfico junto aos ndembo na África Turner (1974) desenvolveu os conceitos de “liminaridade”, “estrutura” e “communitas”, os quais ele também emprega para pensar outras realidades sociais. Turner segue de perto a visada de Van Gennep, para quem os rituais de passagem são compostos de três momentos: separação, margem (ou limiar) e reintegração. O primeiro momento implica o afastamento do indivíduo ou de um grupo da estrutura social da qual faz parte. O período limiar se caracteriza pela ambivalência, por um “desarranjo”, no qual

³ 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.

⁴ 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 em relação com o profano.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

desaparecem os sinais da posição social passada (que o sujeito ocupava antes do ritual) ou da futura (que se irá ocupar depois do ritual). A última fase implica a reintegração desse sujeito ao corpo social e a assunção a uma nova condição na sociedade.

Turner (1974) dá uma atenção especial à fase liminar, a liminaridade, em que se manifestariam atributos da “communitas”⁵. A communitas coloca os sujeitos como “iguais”, “apresenta a sociedade como um todo indiferenciado e homogêneo, no qual os indivíduos se defrontam uns com os outros. integralmente, e não como “status” e funções ‘segmentarizados’” (Turner, 1974, p. 214). Em contrapartida, a “estrutura” relaciona-se a um sistema de posições institucionalizadas, culturalmente estruturado, segmentado e frequentemente hierárquico (Turner, 1974, p. 214). Os rituais ao pressuporem a passagem de um ponto ao outro, de uma condição à outra, criam situações liminares em que uma identidade se dilui para formar outra. Ou seja, implicam uma vivência da communitas para o retorno à estrutura em uma nova condição.

As peregrinações constituem momentos liminares de irrupção da communitas. Ainda que sejam orientadas por uma religião oficial tendo em vista, por exemplo, o cumprimento de uma penitência ou o pagamento de uma promessa, as peregrinações levam à saída do indivíduo do ambiente em que possui status e exerce funções.

À medida que o peregrino se afasta dos envoltórios estruturais do lar, seu caminho se torna cada vez mais sacralizado em um nível e cada vez mais secularizado em outro. Ele encontra mais templos e objetos sagrados durante seu percurso, mas também enfrenta perigos reais como bandidos e ladrões. Ele precisa atentar para a **necessidade de sobrevivência** e frequentemente conseguir dinheiro para se transportar, e passa também por mercados e feiras, especialmente no fim da jornada, quando o santuário é cercado pelo bazar e pela feira de diversões. Mas todas estas coisas são mais contratuais, mais associativas, mais volitivas, mais prenes do novo e do inesperado, mais repletas de possibilidades de communitas, como o companheirismo e a camaradagem mundana e a comunhão sagrada, do que qualquer coisa que ele tenha experimentado no seu local de origem. (Turner, 2008, p. 171, grifos nossos)

Aqui cabe um parêntese: os dispositivos móveis de comunicação ao colocarem o sujeito em permanente contato com o lar não estariam, de alguma maneira, ensejando

⁵ Importante salientar que para Turner (1974, p. 133) a communitas não se restringe à liminaridade, sendo encontrada em outras áreas da vida social. O autor distingue três tipos de “communitas” (Turner, 1974, p. 161): 1) existencial ou espontânea; 2) normativa; 3) e ideológica. Restringiremo-nos a uma definição geral que nos auxilia na compreensão do ritual de peregrinação, foco deste trabalho.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

uma invasão da “estrutura” no seio da “communitas” visto que o peregrino não se desligaria das suas preocupações habituais? Incômodos relatados nas entrevistas que fizemos com peregrinos a respeito de colegas que não se “desligavam do smartphone” ou ouviam música alta em seus aparelhos poderiam ser vistos como uma reelaboração deste ritual orientada pela “estrutura”. Outros indícios, entretanto, sugerem uma ampliação de aspectos da “communitas”, como o companheirismo e os laços de amizade, a partir da apropriação de aplicativos como o WhatsApp, que possibilita expandir o contato com aqueles que se conhece durante o percurso.

Por ora, é importante notar que os rituais embora pressuponham a repetição e a emergência de um “communitas”/ um modo de vida diferenciado, em relação à uma “estrutura” vigente, isso não significa que estes sejam imutáveis. A capacidade mimética dos indivíduos (Gebauer, Wulf, 2004, p. 154) e a sua inserção na história, lugar de trabalho dos diferentes campos sociais, implicam variações que podem levar a reconfigurações ou até mesmo a sua dissolução. Este processo de transformação de um ritual pela e na história podemos observar ao analisar o Caminho de Santiago.

3. Algumas notas históricas sobre o Caminho de Santiago

A tradição católica conta que no século IX um eremita teria avistado durante noites seguidas luzes estranhas no bosque Libredón. Interpretando a visão como uma manifestação sobrenatural ele vai ao bispo local e relata o acontecido. O sacerdote resolve acompanhá-lo e lá encontra um túmulo de pedra onde estava o que identificou como os restos mortais do apóstolo Tiago e dos seus discípulos Atanásio e Teodoro. Rapidamente, o bispo faz chegar a notícia a Alfonso II, rei de Astúrias, que não tarda em visitar o local e construir uma igreja para abrigar o sepulcro (Singul, 1999, p. 35).

A peregrinação que emerge a partir daí convive com momentos de grande efervescência e outros em que o Caminho se esvazia. De acordo com Singul (1999, p. 54), as guerras da Reconquista contra os mouros e a boa relação dos hispânicos com outros reinos europeus teriam despertado simpatia entre os demais povos pela cidade galega. Além disso, São Tiago Maior foi evocado no conflito como um aliado sobrenatural, o que criou no imaginário cristão a figura do “Santiago mata mouros”.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

No decorrer da Idade Média toda uma estrutura foi construída para facilitar o deslocamento (pontes, estradas) e a estadia (albergues, hospitais) pelos estados monárquicos e pela Igreja Católica. Nesta época, os perigos (saques, assassinatos, doenças, acidentes) eram tantos que, uma lei medieval prescrevia que “os peregrinos eram declarados fisicamente mortos se não tinham notícias deles por um ano e um dia”. (Rieger, 2014, p. 69). Por este motivo, era prática comum deixar o testamento pronto antes de se partir em peregrinação (Singul, 1999, p. 58).

No século XII, o arcebispo compostelano Diego Xelmírez teria encomendado a produção de um texto, o *Liber Sancti Iacobi*, com objetivo de reunir toda a informação sobre São Tiago Maior e impulsionar as peregrinações (Singul, 1999, p. 164).

Sua divisão compreende cinco partes, ou livros; a primeira refere-se aos ofícios litúrgicos, específicos para as festas em louvor ao apóstolo; a segunda aos milagres, ocorridos na rota dos peregrinos e em outras localidades, através da interferência do santo; a terceira engloba narrativas sobre seus restos mortais e como estes teriam chegado à Galiza; a quarta parte refere-se às lendas criadas ao redor das conquistas de Carlos Magno na *Hispania*, representando-o também como um típico cruzado da Terra Santa; a última parte ficou conhecida como Guia do Peregrino de Santiago de Compostela. O título quinto livro foi dado por Jeanne Viellard em 1938. (Nascimento, 2017, pp. 95-96)

A diversidade de fontes e informações transformou o *Liber Sancti Iacobi* em uma “enciclopédia” do peregrino medieval, reunindo informações práticas, lúdicas e religiosas. O livro V, ao informar as cidades que faziam parte do trajeto ajudou a estabelecer uma rota padrão (o Caminho Francês) ao mesmo tempo em que fazia divulgação da peregrinação. No percurso proposto havia um conjunto de igrejas com relíquias, “o cenário sacro fomentava os diversos ritos de purificação realizados, e recompensava o devoto jacobeu pelo esforço, cansaço físico e pelos sofrimentos e dificuldades enfrentados no percurso” (Nascimento, 2017, p. 100).

Em 1181 o papa Alexandre III lançou a bula *Regis aeterni*, que instituiu o Ano Santo Compostelano, que ocorreria a cada vez que o dia 25 de julho, dia da festa de São Tiago, coincidissem com um domingo. Aqueles que fizessem a peregrinação naquele ano obteriam a indulgência plenária. Após a “era compostelana” (sécs. XI – XIII), a peregrinação perde força em função da peste negra, da fome e da crise econômica.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

No século XVI, a Reforma Protestante e o Renascimento ao trazerem críticas à religião católica também colaboraram para a redução do número de peregrinos. Guerras entre reinos cristãos também criaram condições que dificultaram a prática do ritual. Este contexto histórico contribuiu para transformações graduais no peregrinar. Segundo Vidotte e Rui (2011, p. 159), “no século XII se iniciava o processo que até o final da Idade Média iria alterar profundamente o sentido da peregrinação. Como afirma García de Cortazar, ‘la vía dolorosa de las antiguas peregrinaciones se convertirá, a fines del siglo XV, en un sendero de curiosidad intelectual y de intercambio’”.

No século XVII a peregrinação é abalada pelo ataque dos ingleses liderados por Francis Drake à Corunha. Receoso de que Santiago pudesse se tornar alvo, o arcebispo compostelano manda ocultar os restos mortais do apóstolo. Entretanto, a religiosidade barroca e a contrarreforma conseguiram reativar a peregrinação, especialmente nos anos santos. No século XVIII, a Revolução Francesa e as guerras da França contra outras nações europeias levam a nova queda do número de peregrinos.

A tendência começa a se reverter com a redescoberta dos restos mortais em 1879. A recuperação se estende até o início do século XX, mas se vê prejudicada pela guerra civil espanhola (1936 – 1939) e as duas guerras mundiais. Uma nova revitalização da peregrinação se daria a partir das décadas de 50 e 60. Este novo momento, que se prolonga até os dias atuais, decorre do agenciamento de variados campos, dentre eles o econômico, o religioso, o político e o midiático.

Em trabalho sobre o modelo de gestão e estratégias de comunicação do Caminho de Santiago enquanto produto turístico, um grupo de pesquisadores da Universidad A Coruña (Fernández *et al*, 2013, pp. 3733-3734) apontou que desde a década de 80 uma série eventos e ações provenientes da Igreja Católica, dos governos espanhol e galego e do Conselho Europeu contribuíram para potencializar a peregrinação. Dentre eles, destacamos: 1) A visita do papa João Paulo II a Santiago de Compostela (1982) e a realização da Jornada Mundial da Juventude (1989) no Monte do Gozo, próximo a Santiago. 2) A declaração do Caminho de Santiago como primeiro itinerário cultural europeu pelo Conselho Europeu (1987). 3) A criação da “Sociedad Anónima de Xestión do Plan Xacobeo 93” pela Xunta da Galícia, que preparou um projeto de comunicação



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

para divulgação do Caminho no Ano Santo de 1993. O mesmo foi feito visando os próximos anos santos (1999, 2004, 2010).

Gardner, Mentley e Signori (2017) ao analisar documentos do Conselho Europeu e pronunciamentos dos pontífices João Paulo II e Bento XVI identificam possíveis objetivos das instituições a partir destas estratégias de visibilidade do Caminho de Santiago. O Conselho Europeu visava promover o que considera como “valores europeus” - tolerância, solidariedade e multiculturalismo. O Caminho de Santiago, por passar por vários países e atrair peregrinos de diversas nacionalidades poderia ajudar na construção de um sentimento de unidade entre as nações. À Igreja Católica a iniciativa do Conselho Europeu interessava por colocar a instituição em papel de destaque. Os discursos dos pontífices embora demonstrem intenção de abertura a outras culturas, denotam preocupação com a revitalização do cristianismo na Europa.

Por fim, o governo espanhol e a Xunta da Galícia tiveram papel central nesse processo ao investirem no potencial turístico do Caminho. Em 1991 foi criada a “Sociedad Anónima de Xestión do Plan Xacobeo 93”. A associação aproveita-se do fato de que 1993 corresponderia a um Ano Santo para investir em estratégias de promoção do Caminho. Desse modo, o ano santo católico transforma-se em um evento, o “Xacobeo”, que transborda os propósitos religiosos, vindo a se constituir como “marca”. O projeto foi repetido nos anos compostelanos seguintes (1999, 2004 e 2010).

A promoção do Xacobeo levou em conta uma série de estratégias midiáticas e implicaram no entrelaçamento entre os diversos campos sociais. Foram feitas inserções na TV, rádio e peças gráficas na imprensa internacional. Houve também patrocínio de empresas (ex: Iberia, El Corte Inglés, Coca Cola etc) interessadas em explorar comercialmente eventos culturais e que lançaram na época pacotes promocionais de passagens e cartões de fidelização. Além disso, as próprias campanhas publicitárias na mídia destas empresas contribuíram para chamar atenção para o Caminho de Santiago.

Outros pontos destacados por Fernández *et al* (2013, p. 3744-3745) são: 1) realização de eventos científicos para fomentar investigações sobre o Caminho; 2) fomento de produções artísticas; 3) visitas de políticos a Santiago de Compostela; 4) realização feiras; 5) divulgação do Caminho de Santiago em feiras turísticas pelo



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

mundo; 6) aproximação com a imprensa para realização de reportagens sobre o Ano Santo Compostelano; 7) presença de esportistas, atores, políticos e outras personalidades no Caminho de Santiago.

Os autores destacam também o aparecimento de produtos midiáticos como filmes, séries e documentários e, especialmente, de livros que despertaram interesse pelo Caminho. Dentre estes últimos citam “O Diário de um Mago”, de Paulo Coelho, “Volto Ja! - Minha Viagem Pelo Caminho de Santiago de Compostela”, de Hape Kerkeling e “O Caminho”, de autoria de Shirley Maclaine (*idem*, p. 3745).

O projeto tem obtido relativo sucesso se considerarmos os dados da *Oficina de Acolida al Peregrino*, órgão da arquidiocese de Santiago de Compostela que concede o diploma de peregrino, também chamado de Compostela, que atesta a realização da peregrinação⁶. Em 2005 cerca de 94 mil peregrinos receberam a certificação. Em 2017 foram 300 mil, cifra que supera, inclusive, o do último Ano Santo (2010). À medida que mais pessoas vão a Santiago de Compostela outras motivações, distintas das religiosas, emergem. Os dados da *Oficina* são sugestivos. Dividindo as motivações dos que solicitaram o “diploma de peregrino” em “religioso”, “cultural” e “religioso/ cultural” as estatísticas indicam que em 2004 75% alegaram propósito somente religioso, 20% religioso/cultural e 5% apenas cultural. Já em 2016 nota-se uma inversão: religioso/cultural: 48%; religioso 44%; cultural: 8%.

Em textos anteriores (Sousa, 2016; Sousa, Rosa, 2017) que integram nossa investigação identificamos poucas referências à Igreja Católica. O religioso não desaparece, mas parece se alinhar aos interesses específicos de cada peregrino, denotando transformações nesta experiência. Ou seja, os sentidos que se constroem na circulação sobre a peregrinação fazem surgir também outras formas de acesso ao Caminho, outras formas de ser peregrino. Aí parece haver um eixo interessante de pesquisa em que o conceito de mediação pode ser produtivo para as nossas reflexões.

4. Mídia e produção de sentido

⁶ Para obter a certificação é necessário ter na “credencial do peregrino” (documento necessário para ter acesso aos albergues públicos e paroquiais) os carimbos dos pontos 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.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

O relato anterior nos revela como a produção de sentido, ou seja, a circulação, é fundamental para se pensar o Caminho de Santiago e suas transformações na história. A transmissão da narrativa de peregrinação quando peregrino retorna a casa, a escrita e popularização do *Liber Sancti Iacobi*, a criação do Ano Santo e sua posterior incorporação ao Xacobeo constituem exemplos que nos sugerem que refletir sobre o simbólico é de extrema importância para compreender a vivência deste ritual.

Para Berger & Luckmann, os processos interacionais constroem a realidade social (Braga, 2006, pp. 11-12). Partindo deles, Braga (2006), aponta que historicamente dentre os processos interacionais um desponta enquanto “processo interacional de referência” que, mais do que ser um modo preferencial de interação, organiza os demais e a própria sociedade. Assim, se em determinado período da história uma “cultura da escrita” foi determinante para o funcionamento de outros processos, hoje a “mídia” ocupa esse papel.

Pensar em mídia implica considerar que algo da sociedade se transforma quando enredado pelos processos midiáticos. Apesar das distintas nuances conceituais, este é um consenso entre os pesquisadores. Para uma definição formal, tomemos Hepp (2014, p. 51): “podemos definir a mídia como o conceito usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro, de uma maneira crítica”.

Ou seja, trata-se de uma transformação mútua, em que mídia e sociedade se configuram mutuamente. Assim, afasta-se o risco do “midiacentrismo” segundo o qual os processos sociais seriam determinados pela mídia. Hjarvard, Lundby e Hepp (2015) argumentam que os estudos em mídia são midiacentrados, o que corresponde a um esforço específico em estudar o papel da mídia sem, contudo, a colocar como condicionadora da sociedade. Os estudos em mídia abarcam uma série de perspectivas. No cenário europeu, Hepp (2014) distingue as perspectivas sócioconstrutivista e a institucionalista.

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 sociedade. A mídia consiste em um processo



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

“metaprocesso de mudança” que percorre a história da humanidade. Este processo não é linear e ocorre de forma distinta em diferentes contextos históricos e sociais (Hepp, 2014). Já a corrente institucionalista difere da sócioconstrutivista por considerar que o processo de mediação 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 mediação decorre da incorporação de “lógicas da mídia” pelas instituições.

A perspectiva de Hjarvard (2014) é interessante para se pensar, por exemplo, o agenciamento de múltiplos campos via mídia no processo de revitalização do Caminho de Santiago e sua promoção enquanto objeto turístico, como demonstrado no trabalho de Fernández *et al* Boga (2013), embora estes autores não trabalhem com o conceito de mediação. Para nosso projeto de pesquisa – que trata da transformação da experiência de peregrinação - a corrente sócio-construtivista pareceu, em um primeiro momento, mais interessante por focar nas interações individuais.

Todavia, não observamos nela uma preocupação com a questão do sentido, das textualidades, fundamental para se pensar a mediação da experiência. As práticas sociais são também práticas de sentido (Fausto Neto, 2005). Assim, é produtivo trabalhar com a abordagem de autores como Braga (2006), Fausto Neto (2005, 2010) e Rosa (2016), que, a despeito das especificidades teóricas, colocam o conceito de “circulação” (tratado anteriormente) e, conseqüentemente, a produção de sentido como ponto central para se pensar a mediação⁷.

5. Aplicativos, smartphones e peregrinos do Caminho de Santiago

Nesta análise lançamos mão de alguns recursos da etnometodologia virtual (Hine, 2015; Polivanov, 2013), que trabalha a pesquisa etnográfica no âmbito do digital. Em revisão bibliográfica sobre etnografia virtual, Polivanov (2013) indica que os autores dessa área diferenciam dois tipos de postura que o pesquisador pode assumir ao

⁷ Devido aos limites deste texto não temos condições de abordar separadamente a visão de cada autor. As contribuições são abordadas em outras partes do artigo.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

se inserir em um grupo online: o *lurker* e o *insider*. O *lurker* pode ou não se identificar no ambiente e procura observar o grupo “objetivando interferir o mínimo possível em suas práticas cotidianas (...). Tal prática seria característica do ciberespaço e através dela o ator não se manifesta, apenas dedicando-se à observação do comportamento dos outros” (Polivanov, 2013, p. 63). Já o *insider* se identifica e participa de maneira efetiva, interagindo com os demais membros que lá se encontram.

Em trabalhos anteriores (Sousa, 2016; Sousa, Rosa, 2017), quando analisamos postagens nos grupos de *facebook* dedicados ao Caminho de Santiago adotar a postura do *lurker* era suficiente. Entretanto, para avançar na compreensão a respeito de como smartphones e aplicativos interferem na experiência de peregrinação optou-se pela inserção enquanto *insider*. Ou seja, apresentamo-nos como pesquisador e expusemos os objetivos da pesquisa em uma postagem feita nos grupos “Caminho de Santiago” e “Caminho de Santiago de Compostela”. Na publicação, questionou-se a opinião dos peregrinos sobre o uso do smartphone e de aplicativos sobre o Caminho, bem como foram solicitadas entrevistas aos que responderam a publicação. As entrevistas, por sua vez, correspondem a um recurso interessante por permitirem aprofundar questões que os sujeitos abordaram nos seus comentários e entender, por exemplo, como um aplicativo foi utilizado durante a peregrinação, o aspecto que mais chamou a atenção e lugares em que se evitou utilizá-lo. Segundo Hine,

The interview will be a way of delving into a specific informant’s experiences and understandings. Although it may home in on a specific area of interest, an ethnographic interview is often conducted with quite an open schedule in mind, allowing for unanticipated avenues to be explored. (Hine, 2015, p. 78).

Por fim, é-nos proveitoso pensar que a pesquisa também incorpora uma dimensão autoetnográfica (Hine, 2015, p. 83), uma vez que não só se enfatiza as implicações das ações do sujeito pesquisador no agenciamento de ações dos grupos estudados, mas se prevê a possibilidade da realização de um relato em que as impressões do investigador e suas escolhas no campo tomam papel central. Isso é interessante para uma melhor compreensão das interações nos grupos de *facebook* e nas entrevistas, mas assume papel estratégico a seguir, quando assumimos a posição de usuário de aplicativos dedicados ao Caminho de Santiago.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

5.1 Aplicativos para o Caminho de Santiago

Ao digitar “Camino de Santiago” surgem dezenas de aplicativos na *Google Play Store*. Escolhemos o *MiCamino* e o *Eroski* uma vez que são os que contam com mais downloads. Para esta análise de inspiração autoetnográfica, recorremos a um procedimento utilizado por Haimson e Hoffmann (2016, p. 7) que consistiu na gravação da tela do aparelho enquanto acessavam o *site* que estavam investigando. Para tanto, utilizamos o aplicativo *DU Recorder*, que resultou na gravação de um arquivo de aproximadamente 44 minutos. Nele, registramos o modo como utilizamos os aplicativos enquanto caminhávamos pelas ruas da cidade de Itaúna (Brasil).

Ao abrir o *MiCamino* somos apresentados a uma tela com um convite a “descobrir, conhecer, compartilhar e viver uma experiência no Caminho de Santiago” e se mostram dois enunciados: “seguir a seta” ou “bom caminho”. Ao fundo há uma imagem de alguém usando o aplicativo. Já o *Eroski* conta com interface mais simples, com a logomarca, fundo em vermelho e desenho de uma igreja.

No *MiCamino* o destaque é dado a quatro ícones (“Meus Caminhos”, “Fotografia”, “Atividade”, “símbolo de clima/ tempo”). Em “Meus Caminhos” são mostradas os itinerários de seis rotas de peregrinação, os albergues de cada localidade, seus telefones, endereços, imagens no *Google Street View* e integração com *Google Maps*, a distância do usuário em relação à hospedagem e o clima em tempo real. O usuário também pode compartilhar estas informações via *Facebook* e *WhatsApp*.

Em “Fotografia” há três opções: “Realize Fotografia, Selado Credencial Foto, Outro”. Ao tocar nelas a câmera do smartphone é selecionada na opção foto. Ao fazer algumas fotografias e retornar ao menu principal notamos que no menu “Atividade” as imagens são organizadas em três seções (“Veja as Fotos, Ver Selado Credencial, Visualizar Outros”). As diferenças inexistem entre elas. As fotos são ordenadas da mais recente a mais antiga, há informação sobre o endereço em que foram feitas e a possibilidade de se visualizar no *Google Maps* onde foram tiradas. Entretanto, este último recurso não funcionou. Isso nos sugere que não conseguimos fazer uso pleno das funcionalidades do aplicativo por tais funções estarem vinculadas às localidades que integram o Caminho. No entanto, os dados que obtivemos sugerem que se procura criar



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

um diário de viagem a partir dos registros imagéticos feitos pelos peregrinos. O “selo” reforça esta hipótese, visto que nos remete aos carimbos coletados pelo peregrino em sua credencial.

Acessando o símbolo referente ao clima descobrimos a temperatura e a probabilidade de chuva. Na página principal há ainda dois ícones. Um deles para compartilhar o aplicativo em rede social e o outro para acessar o menu completo que inclui, além das opções já apontadas, um sistema de busca de localidades que integram o Caminho, publicidade e números telefones de emergência.

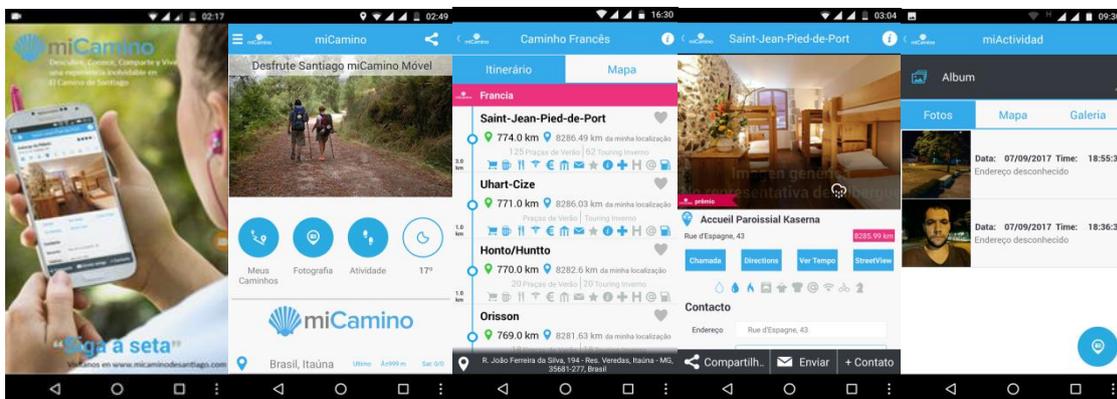
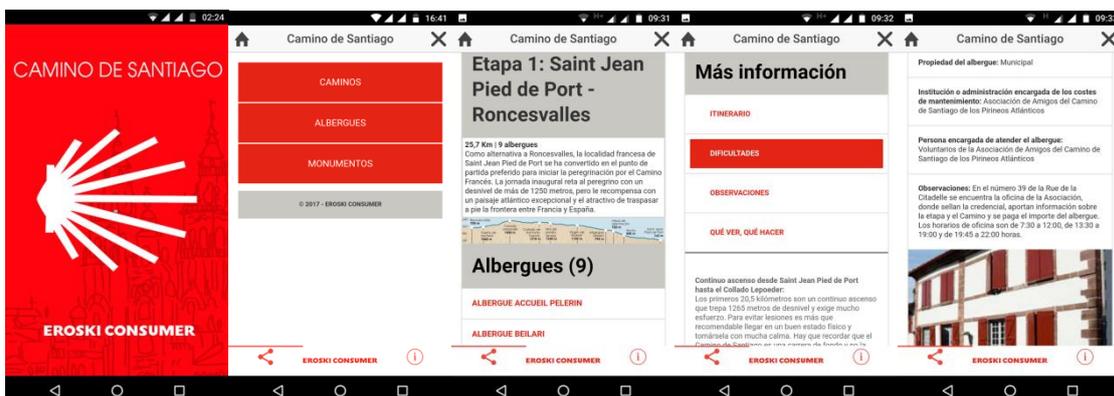


Figura 1: Conjunto *printscreens* do *MiCamino*. A sequência obedece a linha de desenvolvimento do texto.
Figure 1: *MiCamino*'s *printscreens*. The sequence follows the line of text development.

O Eroski possui no seu menu principal apenas três opções: “Caminos, Albergues e Monumentos”. Em Caminos é possível visualizar o itinerário de 12 Caminhos, albergues e monumentos. Além disso, há detalhes sobre o nível de dificuldade de cada trecho, altitude, transportes públicos, serviços locais etc. Em “albergues” há uma lista de hospedagens do Caminho e informações sobre quem os administra, leitos disponíveis etc. Em “Monumentos” são destacados alguns monumentos dos Caminhos. Ao clicar neles se pode conhecer um pouco da história e horários de funcionamento.





II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Figura 2: Conjunto *printscreens* do *Eroski*. A sequência obedece a linha de desenvolvimento do texto.

Figure 2: *Eroski*'s *printscreens*. The sequence follows the line of text development.

Ao analisar os aplicativos percebemos que cada um aposta em uma estratégia diferente, embora se assemelhem em alguns aspectos. O *Eroski* apresenta maior quantidade de informações e detalhes, assimilando-se aos guias tradicionais de viagens. O *MiCamino* não apresenta informações tão detalhadas como o *Eroski*, nem especifica os monumentos e o grau de dificuldade de cada etapa. Suas funções estão integradas com o *Google Maps*, o *Street View* e às redes sociais. Além da funcionalidade enquanto guia, recria digitalmente dois itens muito presentes no cotidiano do peregrino: o diário e o selo, que remete aos carimbos recebidos no passaporte do peregrino.

Assim, a geolocalização associada ao selo do aplicativo permite, tal como os carimbos do passaporte, comprovar a autenticidade. Trata-se de uma forma alternativa de validação que permite aos sujeitos demonstrarem que cumpriram o trajeto. O que no passado só era possível com o documento oficial da igreja.

5.2 Peregrinos midiaticizados

No dia 04/09/2017 foi feita uma postagem nos grupos Caminho de Santiago e Caminho de Santiago de Compostela, os dois mais numerosos em língua portuguesa, em que me apresentava como pesquisador e perguntava o que os membros pensavam sobre o uso de smartphones e aplicativos do Caminho de Santiago durante a peregrinação. Até o dia 06/09/2017 as duas publicações somavam juntas 22 curtidas, um compartilhamento e 25 comentários em resposta direta à publicação.

Ao fazer contato com os que comentaram a publicação foi perguntado sobre a possibilidade de se realizar uma entrevista pelo *chat* do *facebook* para compreender seus pontos de vista. Isso resultou na realização de 11 entrevistas que revelaram posicionamentos dos mais diversos, o que já se tinha se verificado também nas reações à (comentários e compartilhamento). Das 25 pessoas que comentaram a postagem 12 foram a favor do uso de aplicativos destinados ao Caminho, 7 manifestaram concordância, mas com reservas, e 6 foram plenamente contra. Nas entrevistas a proporção foi semelhante (5 plenamente a favor, 4 a favor com reservas e 2 contras) o que nos possibilitou ter um leque diversificado de posicionamentos.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Em relação às entrevistas, foi adotada uma postura aberta que permitisse aos sujeitos se expressarem de maneira mais livre, sem se prender a um roteiro fixo. Todavia, procurou-se contemplar alguns tópicos, tais como: profissão, idade, religião, quando fez a peregrinação, motivação, uso do celular durante a peregrinação, uso de aplicativos específicos para o Caminho de Santiago, opinião sobre a relação entre turismo e peregrinação.

Todos os entrevistados levaram o celular e fizeram uso de redes sociais (*Facebook* e *WhatsApp*), principalmente, para se comunicar com pessoas próximas. “Somos digitais hoje em dia” (J. 45 anos, empresário), afirmou um peregrino. Uma peregrina contou que a conexão 4G recobre quase todo o percurso e o wi-fi passou a ser um item considerado na reserva dos albergues. Outra revelou que gerou estranhamento o fato de ter optado usar a internet poucas vezes (G. psicóloga, 46 anos). Um peregrino, resistente às redes sociais, lamentou: “Eu juro que queria que as coisas fossem como antigamente, sem selfies, sem facebook e sem divulgar um momento só meu para o mundo... mas não consegui” (E. fotógrafo, 46 anos).

O smartphone se integra à vida dos sujeitos de tal maneira que sua ausência causa estranheza. Modifica-se o modo de existência e as práticas sociais midiáticas se tornam centrais para vida contemporânea. Segundo Gomes (2016, p. 1), elas criam uma nova “ambiência”, um novo modo de ser no mundo. “Isso é tão imperioso que a posição (...) do **palco à plateia**, perde o seu sentido e é superada. Agora há um teatro de arena, onde não mais se pode falar de palco e plateia, pois é impossível pensar uma realidade sem palco, uma vez que ele tomou tudo” (GOMES, 2010, p. 163).

O peregrino do nosso tempo é um “peregrino midiático” que vive e convive com a tecnologia digital, o que dá ensejo a ações que transformam o ritual de peregrinação. O isolamento, outrora uma condição *sine qua non* do peregrinar, dá lugar ao compartilhamento digital em tempo real. Além do relato síntese, partilhado no retorno ao lar, emerge um novo regime discursivo de narrativas serializadas produzidas com vistas à circulação. A narrativa peregrina torna-se um produto midiático cujos capítulos, ao serem consumidos, geram reações que são avaliadas e incorporadas à vivência do peregrino *in situ* e aos novos textos que produz. Alguns exemplos:



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Eu faço um diário, eu conto uma história e pelo Feedback eu deixo uma ponta de curiosidade pelo dia de amanhã. Só jogar as fotos ali eu não consigo, eu tenho que contar uma historinha (C., 63 anos, bibliotecária)

Todos os amigos sabiam e me seguiram, dia a dia, fiz também ao vivo de estrada! Minhas filhas seguiam, usei facebook. (C., 50 anos, designer)

Chamou-nos a atenção um posicionamento quase consensual de que a ausência do smartphone levaria a uma experiência mais intropesctiva, favorecendo o autoconhecimento e uma vivência mais espiritualizada. Ou seja, reconhece-se o isolamento como característico da peregrinação, embora não se deixe de utilizar o dispositivo móvel. Não obstante, abre-se possibilidade para outras modalidades de experiência: “a ligação pelo *what* em vídeo foi mto nítida... choramos, oramos e minha amiga subiu o Alto del Pérdon comigo o tempo todo...” (A., 63 anos, bibliotecária). Como observamos em outro texto (Sousa, 2018), o *WhatsApp* enseja uma experiência comunitária religiosa que prescinde da simultaneidade espacial, expandindo a noção de espaço sacro. O físico e virtual se interpenetram constituindo um “rezar junto” em que as fronteiras – inclusive as do sagrado e do profano – se esmaecem.

Da apropriação dos smartphones pelos peregrinos resultam práticas que, embora semelhantes, levam a tensões quanto ao modo de vivência do ritual.

5.3 O Isolamento Midiático e o Vínculo Expandido

O uso do smartphone foi unânime. Entretanto, alguns comportamentos geraram conflitos, como podemos perceber nos depoimentos a seguir.

A maioria, geralmente mais jovem do que eu, simplesmente chegava no albergue, se ajeitava na cama, se ligava no wifi e... acabou. (...) Ficavam no celular até a hora de dormir. (...) Uma coisa muito triste. Eu, mesmo não indo por motivos religiosos, busquei demais ter o espírito peregrino, conhecer gente, falar em outras línguas, conhecer lugares e pessoas. (E., 46 anos, fotógrafo)

Ao chegar em um albergue estava em vídeo com essa amiga... o peregrino me disse em espanhol: que absurdo, Não existe mais peregrinos verdadeiros, desliga isso! (...) Houve outros em uma mesa que me hostilizaram pq estava com celular na mão e comentaram alto para que eu ouvisse, fazem turismo e dizem ser peregrinos...(A. 63 anos, artesã)

Nos dois depoimentos desponta uma preocupação com a vivência comunitária. De acordo com Notker Wolf (2012), entre os peregrinos atuais permanece como característica da vivência do peregrino medieval a noção de que a peregrinação implica (1) uma experiência comunitária com pessoas desconhecidas, além, de outras três



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

características: (2) a consciência de que se trata de uma vivência de grande importância para a vida; (3) o impulso à introspecção e análise existencial; (4) a ideia de que os sujeitos se transformam por meio desta experiência (WOLF, 2012, pp. 228-233).

Ao romperem com o isolamento físico os smartphones podem gerar um “isolamento midiático” que interpõe obstáculos a uma vivência comunitária com aqueles que se conhece no percurso. Antes o peregrino se relacionava apenas com quem encontrava no Caminho, o desenvolvimento tecnológico quebrou este isolamento possibilitando a comunicação à distância. Hoje o smartphone levou à onipresença desta forma de contato. Para alguns peregrinos, isso desconfiguraria a peregrinação.

Todavia, para outros, a tecnologia permitir ampliar o contato com aqueles que se conhece no percursos. De acordo com uma entrevistada, “antes os colegas peregrinos eram apenas os que estávamos no dia... Hoje todos com quem nos identificamos mantem contato até Santiago. Juntos ou não... O Whats quebra a distancia” (M. 53 anos, advogada). Nesta situação, o modo de apropriação do smartphone leva ao que denominamos “vínculo expandido”. A ideia de uma experiência comunitária com desconhecidos não só permanece, como se expande para além da relação presencial.

Outro ponto de tensão diz respeito ao uso dos aplicativos do Caminho.

5.4 Aplicativos do Caminho: guias seguros e (ou) “peregrinação amarrada”

No tocante aos aplicativos, seis pessoas, considerando os que se manifestaram na publicação, revelaram ter utilizado o *Eroski* ou o *Camino Pilgrim*. Destacaram o fato de serem “ótimos guias” e prestarem informações corretas. A partir deles era possível reservar um albergue e garantir uma estadia tranquila. Uma peregrina que fez o Caminho de bicicleta salientou que o *Eroski* foi essencial porque mostrava com precisão trajetos alternativos para os “bicigrinos” em locais em que eles não poderiam passar.

Outros criticaram os aplicativos. Uma informante disse: “Instalei... Mas, nunca usei... Gosto mais das flechas... do acertar pela intuição... Ou fica demais amarrado...” (M., 53 anos, advogada). Outra fez crítica semelhante ao narrar uma experiência após se perder: “Uma vez não teve volta e fomos a um lugar maravilhoso que não tínhamos intenção de visitar. Com um app no smartphone isso não teria acontecido O aplicativo



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

muda a experiência, confere mais segurança, mais controle do ambiente, quando a proposta é perder o controle...” (G., 46, publicitária).

A questão central parece se relacionar à sensação de controle e segurança. Aliás, juntamente com a possibilidade de se comunicar este foi o um aspecto apontado pelos peregrinos como motivo de se levar os smartphones. Uma peregrina que fez o Caminho em várias oportunidades revelou que em 2000 a imprevisibilidade era constante. Não se sabia se se conseguiria hospedagem e o que a estava esperando na próxima cidade. Em 2004 levou o celular e ele foi essencial para resgatar a mãe, que havia passado mal. Desse modo, a tecnologia ajuda a diminuir potenciais riscos que o peregrino poderia enfrentar. A imprevisibilidade dá lugar à previsibilidade, ao controle. Todavia, isso leva, por vezes, a uma sensação de que se está vivenciando uma “peregrinação amarrada”.

Os enunciados que apresentamos denotam que as ideias de risco e imprevisibilidade permanecem no imaginário peregrino. Todavia, se no passado isto correspondia a uma condição *sine qua non* do peregrinar, atualmente as dificuldades parecem se articular cada vez mais ao desejo pessoal. Optar por não utilizar os aplicativos do Caminho corresponde a uma forma de se aumentar a dificuldade. O risco torna-se condicionado, dando lugar à noção de desafio.

6. Considerações Finais

O presente estudo procurou trazer algumas contribuições no tocante ao modo como os smartphones e seus aplicativos são incorporados à experiência de peregrinação. Para tanto, foram analisados os aplicativos *MiCamino* e *Eroski* e foram feitas 11 entrevistas com peregrinos. Não se tem pretensão de que os resultados sejam definitivos, visto que trabalhamos com uma amostragem pequena, mas apenas indicativos para futuros aprofundamentos.

Em Sousa, Rosa (2017) apontamos que a narrativa serializada no *facebook* cria uma forma de autenticação da experiência de peregrinação a partir da circulação midiática. Este indício é endossado por funcionalidades do aplicativo *MiCamino* que permite colocar um selo em cada foto, comprovado pela sua função de geolocalização. O selo assemelha-se aos carimbos que se recebe na credencial do peregrino, necessários



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

para o recebimento da Compostela, um dos únicos comprovantes da peregrinação na Idade Média. Ou seja, a Igreja Católica deixa de ser a única entidade que oferece a autenticação do cumprimento do ritual. A igreja passa a competir com outras lógicas que o permeiam o Caminho. Notamos poucas menções à instituição e a motivações de caráter religioso. Prevaleram as motivações espirituais e auto-reflexivas.

Ainda no tocante aos aplicativos, a função de “guia” foi considerada a mais importante pelo fator segurança. A segurança, juntamente com a possibilidade de comunicação à distância, foi considerada como um dos principais motivos para se levar o smartphone. Isso foi consensual entre os peregrinos. As tensões se produzem nos “excessos”, resultando no “isolamento midiático” e na “peregrinação amarrada”.

Esta insatisfação se repete com o incômodo com o turismo. Apenas uma entrevistada disse que conciliou turismo e peregrinação. Os demais distinguiram o turista do peregrino e nenhum se assumiu como turista, revelando resistência. A caracterização do turista foi diversificada. No entanto, comportamentos como usar o sistema de carregamento de mochilas, caminhar em grupos numerosos, escutar música e falar em voz alta foram recorrentes na sua caracterização.

Os incômodos vêm de distintas fontes, mas convergem ao implicarem transformações que levam a atravessamentos do profano no sagrado (Turner, s.d.) ou da estrutura no “*communitas*” (Turner, 1974). O espaço sagrado se expande com a tecnologia, mas se abre a entrada de lógicas não religiosas. O “*communitas*” peregrino, caracterizado pelo sentimento de igualdade e solidariedade com pessoas estranhas, de diferentes origens, passa a ser permeado por práticas que trazem a “estrutura” do ambiente do lar para a prática. Se antes as condições do peregrinar pareciam ser comuns aos distintos sujeitos, hoje a peregrinação se adapta às necessidades e motivações de cada um fazendo surgir diferentes tipos de peregrinos. No lugar da similaridade entre os praticantes do ritual, surge a diversidade, o “*communitas*” é tensionado.

Não obstante, a mídiatização também abre margem para novas modalidades de “*communitas*”. Peregrinos que comentaram terem “levado” com eles seus entes queridos por meio do smartphone, fazendo com que eles participassem do seu dia a dia e, até mesmo, de suas orações, não estariam, de alguma maneira, instituindo outra



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

peregrinação, paralela e ao mesmo tempo contígua a deles feita à distância? Esta é uma questão que deixamos apenas indicada para desenvolvimentos posteriores.

Referências

BRAGA, J. L. 2006. Mediatização como processo interacional de referência. Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), XV, Bauru, 2006, *Anais...*

CAMINO DE SANTIAGO. S.d. Origens e evolução. Disponível em: <https://goo.gl/pyJJvY>. Acesso: 01/05/2018.

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

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

FAUSTO NETO, A.. 2010. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, A; VALDETTARO, S.. (Orgs.). *Mediatización, sociedad y sentido*. Rosário: Departamento de Ciencias de la Comunicación - UNR, 1 ed., v. 1, p. 2-17.

FERNÁNDEZ, M. M. R.; FERNÁNDEZ, V. A. M., BOGA, O. J., VÁZQUEZ, C. R.. 2013. Análisis de un modelo singular de gestión y estrategias de comunicación social para el posicionamiento de un producto turístico: El Camino de Santiago. In: ANDIÓN, M. L., LOPES, M. I. V. de. *Libro de Actas XIII Congreso Internacional Ibercom*. Santiago de Compostela: IBERCOM, AssIBERCOM, AGACOM, 2013, pp. 3733-3753.

HAIMSON, O.; HOFFMANN, A.. 2016. Constructing and enforcing “authentic” identity online: Facebook, real names, and non-normative identities. In: *First Monday*, vol. 21, n. 6..

GARDNER, S., MENTLEY, C. SIGNORI, L. 2016. Whose Camino Is It? (Re)defining Europe on the Camino de Santiago. In: SÁNCHEZ & SÁNCHEZ, S., HESP, A. *The Camino de Santiago in the 21st Century*. Interdisciplinary Perspectives and Global Views. New York: Ed. Routledge.

GEBAUER, G., WULF, C. 2004. *Mimese na cultura. Agir social, rituais e jogos, produções estéticas*. São Paulo: Annablume.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

GOMES, P. G.. 2010. *Da Igreja Eletrônica à sociedade em mediação*. São Paulo: Paulinas.

GOMES, P. G.. 2016. Mediação: um conceito, múltiplas vozes. In: *Famecos*. Porto Alegre, v. 23, n. 2.

HEPP, A.. 2014. As configurações comunicativas de mundos mediados: pesquisa da mediação na era da “mediação de tudo”. In: *MatriZes*, v.8, nº1, pp. 45-64.

HEPP, A., HJARVARD, S., LUNDBY, K.. 2015. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. In *Media, Culture & Society*, Feb 18, pp. 1-11.

HINE, C. 2015. *Ethnography for the Internet – Embedded, Embodied and Everyday*. London, New York: Bloomsbury Publishing.

HJARVARD, S. 2014. *A mediação da cultura e da sociedade*. São Leopoldo (RS): Ed. UNISINOS.

NASCIMENTO, R. C. de S. 2017. Nos passos de Cristo e de seus apóstolos. In: FRANÇA, S. S. L; NASCIMENTO, R. C. de S; LIMA, M. P. *Peregrinos e Peregrinação na Idade Média*. Petrópolis (RJ): Ed. Vozes.

POLIVANOV, B. B.. 2013. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. In: *ESFERAS - Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro Oeste*, v. 2, p. 61-71.

SINGUL, F.. 1999. *O Caminho de Santiago: a peregrinação ocidental na Idade Média*. Rio e Janeiro: EdUERJ.

SOUSA, M. T. de. 2016. As primeiras pistas no/do Caminho: inferências iniciais de uma pesquisa sobre a mediação da peregrinação a Santiago de Compostela. In: Seminário Internacional de Pesquisas em Mediação e Processos Sociais, 1, São Leopoldo: *Anais...* pp. 291-312.

SOUSA, M. T. de.; ROSA, A. P. da. 2017. Faith, entertainment, and conflicts on the Camino de Santiago (The Way of St. James): a case study on the mediatization of the pilgrimage experience on Facebook groups. In: *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, vol. 10, no. 2(20), pp. 145-169.

ROSA, A. P.. 2012. *Imagens-totens: a fixação de símbolos no processo de mediação*. São Leopoldo, RS: Tese de doutorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

ROSA, A. P.. 2016. Imagens em proliferação: a circulação como espaço de valor. In: Colóquio de Semiótica das Mídias, V. Japaratinga: *Anais*, pp. 1-14.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

SOUSA, M. T. de. 2018. REZANDO PELO SMARTPHONE: reconfigurações de práticas religiosas em um grupo de oração católico pelo WhatsApp. In: Encontro Anual da Compós, XXVII. Belo Horizonte: *Anais...* pp. 1-22.

TURNER, V. 1974. *O Processo Ritual: estrutura e anti-estrutura*. Petrópolis: Vozes.

TURNER, V. 2008. *Dramas, campos e metáforas: ação simbólica na sociedade humana*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense.

VIDOTTE, A.; RUI, A. J.. 2011. Caminhos Físicos, Imaginários e Simbólicos: O Culto A São Tiago e a Peregrinação À Compostela na Idade Média. In: *Projeto História*, n 42., pp. 143 – 160.

WOLF, N. 2012. *Para onde peregrinamos?* Petrópolis (RJ): Vozes.