# As primeiras pistas no/do Caminho: inferências iniciais de uma pesquisa sobre a midiatização da peregrinação a Santiago de Compostela

**Marco Túlio de Sousa**
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

**Palavras-chave**: mídia; religião; midiatização; peregrinação; Santiago de Compostela.

## RESUMO EXPANDIDO

No dia 17 de outubro de 2015 a internauta R. P. compartilhou 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 postagens internautas compartilhavam fotos diárias enquanto percorriam o Caminho. As publicações tinham os mais diversos objetivos: alertar sobre perigos, pedir sugestões, indicar em que parte do trajeto se encontravam, expor seus medos, anseios ou alegrias.

As postagens neste grupo e em outros similares dedicados ao tema fizeram nascer questionamentos relacionados ao modo como os dispositivos móveis interferem na experiência religiosa de peregrinação. O ritual de peregrinação é prática comum em diversas religiões, como o Cristianismo, Islamismo, Budismo e Hinduísmo. Embora apropriado de forma distinta por cada tradição religiosa há traços em comum, como: as motivações do peregrino e o ato de deixar o âmbito familiar e percorrer uma determinada distância até um local considerado sagrado (CARDITA, 2012, p. 197). Além disso, Coleman (CARDITA, 2012, p. 206) considera que a narrativa sobre a experiência quando o peregrino retorna para casa também constitui parte do ritual, envolvendo, portanto, não apenas o que se vive diretamente no percurso, mas também a construção de sentido posteriormente compartilhada que pode vir a estimular outros a fazerem o mesmo, perpetuando a tradição.

Tendo em vista que o conceito de midiatização é usado para entender a interrelação das mudanças comunicativas dos meios de comunicação e as mudanças na sociedade (HEPP, 2014, p. 51; GOMES, 2016, p. 1) ele nos ajuda a compreender de que modo a midiatização desta experiência a partir da incorporação de dispositivos móveis ao cotidiano dos peregrinos abre margem para outras formas de vivenciá-la.

Este trabalho constitui um primeiro esforço de uma pesquisa em curso em que focamos pontualmente a dimensão narrativa. Para tanto, observamos de forma descontínua em junho e julho de 2016 os três maiores grupos de *facebook* em língua portuguesa dedicados à peregrinação a Santiago de Compostela, a saber: o Caminho Central Português para Santiago de Compostela, o Caminho de Santiago e o Caminho de Santiago de Compostela. Atentamo-nos para os conteúdos postados, seus potenciais objetivos e interações tendo encontrado mais semelhanças do que diferenças entre os grupos, o que nos fez chegar a 8 tipos de publicação.

1) Divulgação de produtos e serviços

Um uso se trata da oferta e divulgação de produtos e serviços, a maioria deles voltados especificamente para os peregrinos. Exemplos: empréstimos, cursos para peregrinos, calçados especiais etc.

2) Curiosidades

Muitas publicações trazem curiosidades sobre o Caminho de Santiago, detalhes sobre a história, símbolos e lendas das localidades pelas quais os peregrinos passam etc.

3) Motivacional e espiritual

Alguns internautas postam frases e vídeos de caráter motivacional/ espiritual. As mensagens se revestem de um tom místico/ religioso ou incorporam algum aspecto / símbolo do Caminho.

4) Sem relação com as temáticas do grupo

Como ocorre em outros grupos de *facebook* em que figuram muitos membros surgem postagens que mais do que destoar dos objetivos iniciais de cada grupo não possuem relação alguma com os interesses do grupo. Algumas delas desconfiamos se tratarem de *links* virais. Este tipo de publicação costuma receber comentários negativos.

5) Atualidades sobre o Caminho

Quando o Caminho de Santiago é assunto na imprensa *links* das matérias são compartilhados nos grupos. Este tipo de conteúdo costuma gerar bom engajamento (curtidas, reações, comentários e compartilhamentos) e quando há suítes elas são postadas nos comentários ou feitas em publicações separadas.

6) Sobre o próprio grupo

Dos tipos de publicações este é o mais raro. Nelas os membros refletem e muitas vezes criticam o próprio grupo, se ele está ou não cumprindo o seu objetivo etc.

7) O sentido do Caminho

Os grupos "Caminho de Santiago" e "Caminho de Santiago de Compostela" praticamente não diferem, contando com exemplos de todos os tipos de postagens listados. Já o "Caminho Central Português para Santiago de Compostela" se distingue dos demais por, além de se voltar especificamente a uma das rotas, manifestar preocupação com a transformação da peregrinação em um empreendimento comercial.

Nos comentários de uma postagem fixada em que se compara o Caminho à Disney peregrinos falam em tom saudosista sobre um passado em que se "respeitava" mais a "essência" e que agora notam com tristeza a perda da identidade em virtude da sua comercialização. Alguns citam como exemplo "peregrinos" que deixam de ficar nos albergues populares para se hospedarem em hotéis confortáveis. Embora na maioria dos comentários se demonstre anuência com tal descontentamento, há discordâncias. Uma pessoa critica os que concordam com a postagem e sugere que eles também seriam responsáveis pela mudança indesejada, visto que não teriam cuidado como deveriam.




Figura 1: Postagem fixada no grupo Caminho Central Português para Santiago de Compostela[4].

Este processo de "comercialização" do Caminho pode estar associado também à sua exposição na mídia, principalmente por meio de obras ficcionais, como o filme The Way e o livro "Diário de um Mago", de Paulo Coelho. Este último é citado na pesquisa de mestrado de Trombini (2013) sobre as narrativas de peregrinos em *sites* de associações brasileiras voltadas ao Caminho de Santigo como um fator que motivou diversas pessoas a buscarem tal experiência. Na leitura do autor, embora permaneçam certos indícios religiosos devido a uma visão mística/ esotérica da peregrinação, há um descolamento claro em relação à Igreja católica. A partir de nosso enfoque, centrado na midiatização,

[4] Postagem fixada no grupo. Disponível em: https://goo.gl/VUjDtx. Acesso: 24/07/2016.

este constituiria um exemplo do que Hjarvard (2014, p. 41) chama de "midiatização indireta". Ou seja, a influência da mídia se dá não apenas de modo direto, quando da presença imediata de seus aparatos técnicos, mas também no atravessamento de seus símbolos e mecanismos na organização de uma dada atividade.

No âmbito de uma interferência mais direta notamos uma transformação das narrativas de peregrinação, ponto que constitui o oitavo tipo de postagem em comum nos três grupos.

8) Compartilhando a minha peregrinação: antes, durante e depois

Esta modalidade se destaca pela quantidade expressiva de interações por meio curtidas/ reações e comentário que costuma suscitar. São narrativas em textos, vídeos e fotos pelas quais as vivências dos peregrinos são compartilhadas com os demais. Nos comentários os demais membros do grupo que já fizeram a peregrinação trazem palavras de incentivo, conselhos, resgatam momentos de suas experiências etc. Em alguns casos peregrinos que estão a fazer peregrinação naquele momento combinam encontros e trocam informações. Podemos ainda subdividir as postagens desta modalidade em três subcategorias considerando o momento em que a publicação foi postada: antes, durante ou depois da peregrinação.

a) Antes: caracterizam-se por pedidos de conselhos ou expressam expectativas.

b) Durante: é muito comum que os peregrinos postem *links* do YouTube ou *blogs* pessoais nos quais constroem "diários de peregrinação". Outros tecem suas narrativas diretamente no corpo das publicações. Estas postagens quase sempre trazem vídeos ou fotos que retratam os peregrinos em algum lugar do percurso. Os recursos imagéticos (fotos e vídeos) conferem autenticidade à narrativa. Chama-nos a atenção também o fato de alguns peregrinos postarem diariamente enquanto peregrinam. Assim, é possível acompanhar a experiência no momento em que esta se desenrola. Estas publicações sempre se destacam pelo grande envolvimento de outros membros que já fizeram a peregrinação e compartilham suas experiências e (ou) procuram alertar ou trazer palavras de incentivo. Em alguns casos outros peregrinos que estão percorrer o Caminho chegam a sugerir desvios de rota e combinar encontros, os quais posteriormente são registrados nos grupos. O ápice em termos de envolvimento com as publicações se dá quando o peregrino chega a Santiago.

c) Depois: alguns peregrinos após concluírem o percurso realizam postagens sobre suas experiências. Algumas narrativas tratam de aspectos particulares (um albergue que

recomendam, um lugar que merece ser visitado etc) enquanto outras trazem sínteses que procuram resumir o que foi a peregrinação.

Esta modalidade de postagem nos possibilita um eixo de observação interessante, uma vez que por meio das tecnologias de comunicação móvel abre-se margem para se criar uma narrativa seriada da peregrinação, distinta da narrativa síntese historicamente compartilhada *a posteriori*, quando o peregrino retornava à casa. Ou seja, decorrem das mudanças tecnológicas novos modos de circulação (FAUSTO NETO, 2010) que resultam não apenas transformações na transmissão, mas também na produção de sentido a partir dos novos circuitos (BRAGA, 2012) que se formam.

Couldry (2015) ao falar da interferência das novas tecnologias na produção das narrativas adota uma postura pessimista, apontando para o surgimento de uma atividade mais superficial, que anula a reflexão e leva ao automatismo devido a uma vivência cada vez mais acelerada do tempo. Para nós ainda é arriscado alinharmo-nos à visão negativa deste autor devido ao caráter inicial de nossa pesquisa. Todavia, em um ponto nossas observações permitem concordar com o autor: os dispositivos móveis inauguram uma nova forma de lidar configurar as narrativas que se relaciona diretamente a uma experiência temporal marcada pela aceleração.

## Referências


BRAGA, J. L.. Circuitos versus campos sociais. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda Aparecida. **Mediação e Midiatização:** Livro Compós 2012. Salvador: UFBA/ COMPÓS, 2012. P. 31-52.

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.

COULDRY, N.. O Tempo e as Mídias Digitais: aprofundamento do tempo, déficits de tempo e configuração narrativa. *In:* **Parágrafo**, vol. 3, nº 2, jul./dez., 2015, pp. 1-11.

FAUSTO NETO, A.. A circulação além das bordas. **Mediatización, Sociedad y Sentido:** Diálogos Brasil y Argentina. Rosário: UNR, 2010. P. 2-17.

GOMES, P. G.. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. In: **Famecos.** Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 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.. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo (RS): Ed. UNISINOS, 2014.

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.