

096

TURISMO E PEREGRINAÇÃO: UMA EXPERIÊNCIA DA 'BUSCA DE SI' MEDIADA PELO MERCADO. Antonio João Ferreira de Lima, Carlos Alberto Steil (orient.) (UFRGS).

Este trabalho apresenta um recorte do projeto "Interfaces entre peregrinação e turismo: os 'caminhos de Santiago no Brasil" (ainda em desenvolvimento), onde vêm sendo estudadas novas rotas de peregrinação criadas no Brasil a partir do ano 2000. Observa-se, desde uma perspectiva antropológica, que a capacidade de incorporar diferentes sentidos e práticas, intrínseca à dinâmica das peregrinações em geral, vêm sendo potencializada pela incorporação de elementos da espiritualidade Nova Era sobre uma matriz católica, e pela entrada de novos atores ligados ao mercado turístico como mediadores destas experiências. A partir do estudo de caso sobre o "Caminho das Missões", realizado através do método etnográfico, a partir de observações participantes, entrevistas semi-estruturadas e análises de conteúdos veiculados por organizadores desta rota, busca-se refletir sobre os sentidos e práticas ligados ao turismo entorno deste "Caminho" e as formas pelas quais eles articulam-se com elementos de religiosidade, bem como trazer a perspectiva de moradores e hospedeiros da região em relação a estes eventos. Este objeto nos indica uma centralidade paradigmática *no corpo*, entendido não como um objeto para ser estudado em relação à cultura, mas sua própria base existencial, como *lócus* não apenas através do qual estruturas de significados se objetivam, mas através do qual elas são experienciadas e reatualizadas. Assim, estudando *no* "Caminho das Missões", pretendemos refletir sobre os diálogos e tensões entre tradição e modernidade, eventos e estruturas e sobre as articulações cada vez mais freqüentes entre turismo (mercado) e experiências religiosas, buscando contribuir para a compreensão das novas circunstâncias nas quais estão imersas as práticas religiosas ocidentais contemporâneas. (PIBIC).