



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**IMPrensa E ASTROLOGIA:
DOS HORÓSCOPOS DE JORNAL AO ASTRO BRANDING**

LARISSA DO NASCIMENTO DA SILVA

Rio de Janeiro
2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**IMPrensa E ASTROLOGIA:
DOS HORÓSCOPOS DE JORNAL AO ASTRO BRANDING**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Bacharel em Jornalismo.

LARISSA DO NASCIMENTO DA SILVA

Orientador(a): Prof(a). Dr(a). Cristiane Henriques Costa

Rio de Janeiro
2023

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

A474f Nascimento, Larissa
Título - Imprensa e astrologia: dos horóscopos de jornal ao astro branding - Rio de Janeiro, 2023.
78 f.

Orientador(a): Cristiane Henriques Costa
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Bacharel em Jornalismo, 2023.

1. Astrologia. 2. Astro branding. 3. Mercúrio retrógrado. 4. Redes sociais. 5. Comunicação pandêmica. I. Costa, Cristiane Henriques, orient. II. Imprensa e astrologia: dos horóscopos de jornal ao astro branding.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia o trabalho **Imprensa e astrologia: dos horóscopos de jornal ao astro branding**, elaborado por **Larissa do Nascimento da Silva**.

Aprovado por

Cristiane Costa

Profa. Dra. Cristiane Henriques Costa (orientadora)

Plínio José da Fraga Júnior

Prof. Dr. Plínio José da Fraga Júnior

Luiza Saraiva

Luiza Jardim da Cunha Saraiva

Grau: 9.0

Rio de Janeiro, no dia 22/12/2023

Rio de Janeiro

2023

DEDICATÓRIA

À minha mãe, dona Viviane Dias, aos meus irmãos, Antônio e Karen, e à minha prima, Ingrid, dedico todo o meu amor.

Ao que está em outro plano espiritual, meu avô Antônio, nós conseguimos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, pois, sendo uma menina de fé, sei que nada disso seria possível sem ele. E, aproveitando este espaço, quero dizer ao meu avô Antônio, que está em outro plano espiritual, que eu consegui. Obrigada por cada abraço apertado e por ter sido um verdadeiro pai ao longo da vida.

Também quero expressar o meu amor e a minha gratidão à minha mãe, dona Viviane, que sempre esteve ao meu lado em todos os meus projetos. Obrigada, mãe, por ter acordado comigo às 3h50 da manhã tantas vezes. Nós conseguimos. Sem sua ajuda, sua comidinha e sua força de vontade, nada disso seria possível. Te amo.

Aos meus “ecomigos”, Elisa Donato, Jean Carlos, Gabrielle Vitória, Rosamaria, Maria Nobre e Alan Souza, minha eterna gratidão. Elisa, obrigada por ter sido tão “ascendente em Virgem” durante a faculdade — sua dedicação foi um incentivo para mim. Jean, obrigada pelas risadas e por estar ao meu lado sempre — te quero para a vida. Gabi, sou grata por todas as vezes que você me acolheu em sua casa — amo a sua energia sagitariana. Rosa, Maria e Alan, gostaria de agradecer por todas as vezes que nos juntamos em rodas de conversas, no DCE e no bandeirão, vocês fizeram com que a minha experiência universitária fosse muito melhor, gratidão.

À minha irmã Karen e ao meu irmão Antônio, muitos “beijinhos de amor”. Vocês são parte de mim, e, sem a compreensão dos dois em momentos difíceis, eu não estaria aqui. Muito obrigada, meus piticos. À Ingrid, à minha tia Eva e aos meus amigos, familiares e professores, dedico todo o meu amor, obrigada por cada um que me apoiou e me ofereceu colo até aqui.

Por último, gostaria de agradecer ao céu, aos astros, ao meu Sol em Escorpião e à minha Vênus em Libra por terem me guiado nesta aventura louca. Como uma mulher de Lua em Aquário, viajei em um imaginário de possibilidades e me encontrei no Jornalismo, meu Marte em Capricórnio deve estar orgulhoso.

Com amor, Lari.

EPÍGRAFE

“Nada é tão nosso quanto os nossos sonhos.”

Friedrich Nietzsche¹

¹

Disponível

em:

<http://www.anamansur.com.br/inspiracao-do-dia-nossos-sonhos/nada-e-tao-nosso-quanto-os-nossos-sonhos-friedrich-nietzsche/>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

SILVA, Larissa do Nascimento. **Imprensa e astrologia: dos horóscopos de jornal ao astro branding**. Orientador (a): Cristiane Henriques Costa. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2023.

RESUMO

O trabalho discutirá a relação entre astrologia e imprensa, questionando a suposta interferência dos astros na crise gerada pela pandemia do coronavírus. O estudo vai explorar como teóricos como Theodor Adorno, Roland Barthes e Edgar Morin refletiram sobre a relação entre a imprensa e os astros, além de identificar novas formas de astro branding no universo das redes, e o crescente sucesso das "bruxas" influenciadoras.

Palavras-chave: astrologia; astro branding; mercúrio retrógrado; redes sociais; comunicação pandêmica.

SUMÁRIO

1. Introdução	1
2. Assim na Terra como no céu	3
2.1. Os diferentes tipos de astrologia	5
2.2. Como se estabelecem o calendário astrológico e o mapa astral	7
2.3. Relação entre astrologia e imprensa no Brasil	11
3. Aspectos astrológicos na comunicação pandêmica	17
3.1. Planetas retrógrados e pandemia	20
3.2. A controvérsia nas plataformas	26
4. Diretamente das redes	29
4.1. O perfil de uma bruxa influenciadora	34
4.2. Astro branding	35
5. Considerações finais	40
6. Referências bibliográficas	42

1. Introdução

O tema “Imprensa e Astrologia: dos Horóscopos de Jornal ao Astro Branding” foi escolhido a partir da minha percepção quanto ao crescimento do interesse por astrologia, seja em rodas de conversas ou nas redes sociais. Segundo o *Google Trends*, as buscas por termos como “mapa astral” triplicaram durante 2020 e 2021, e, conseqüentemente, o número de perfis dedicados ao assunto cresceu em meio à pandemia de coronavírus.

Qual o papel da mídia neste fenômeno? A relação com a imprensa será o tema do primeiro capítulo deste trabalho, que irá explicar a origem do calendário astrológico, mostrar como é construído um mapa astral e mapear as críticas científicas ao conhecimento astrológico. Para isso, me debruço sobre autores que estudaram a astrologia, dentre eles, Edgar Morin (2008), Theodor Adorno, Roland Barthes e Carl Gustav Jung (2018).

O segundo capítulo irá explorar a relação apontada por astrólogos entre os planetas retrógrados e a pandemia do coronavírus. Também serão analisados problemas na comunicação, que, em alguns momentos, ocorreram, coincidentemente, em momentos de retrogradação de Mercúrio. Um exemplo foi o dia quatro, em outubro de 2021, quando as plataformas WhatsApp, Facebook e Instagram pararam de funcionar, pegando o mundo de surpresa. No decorrer do capítulo, irei discutir a relação que os astrólogos fazem entre a comunicação verbal ou não verbal e o planeta Mercúrio, para abordar o fenômeno Mercúrio Retrógrado, que vem ganhando popularidade na mídia.

Por fim, o capítulo irá analisar a polarização política, que refletiu-se no uso político das plataformas para expressar opiniões divergentes sobre as medidas de combate à COVID-19. Plataformas como Facebook, X (antigo Twitter), WhatsApp e Instagram permitem que os usuários compartilhem notícias e experiências (pessoais ou coletivas) em tempo real. Todavia, a instantaneidade também traz desafios, sobretudo quando diz respeito à disseminação rápida de informações falsas. Algoritmos criam uma bolha, em que as pessoas são expostas a conteúdos semelhantes, abalando o pensamento crítico.

O terceiro e último capítulo irá abordar como as dificuldades emocionais desenvolvidas na pandemia aumentaram a busca pela astrologia. Serão relacionadas as influenciadoras mais famosas quanto ao tema, como Márcia Fernandes, Aline Maccari, Luiza Saraiva e Cláudia Lisboa, que tem mais de 40 anos de experiência na área. Por meio de *podcasts*, vídeos, *blogs* e outros formatos de mídia, as astrólogas influenciadoras constroem pontes entre a astrologia e a cultura popular, tornando-a parte integrante da vida cotidiana.

Seu estilo autêntico e aberto cria uma atmosfera de confiança, permitindo que os seguidores se envolvam profundamente com a astrologia.

Além disso, é importante notar que as astrólogas influenciadoras não são homogêneas em suas abordagens, cada uma contribui com uma perspectiva única, criando uma riqueza de diversidade dentro da comunidade astrológica. Seja por meio de análises detalhadas, conselhos práticos ou simplesmente compartilhando suas próprias experiências, essas mulheres estão moldando a forma como a astrologia é percebida e praticada nos dias de hoje.

As redes sociais proporcionaram um marketing digital, elevando, assim, o número de clientes dos astrólogos. Essa convivência entre público e astrólogo humanizou a profissão e permitiu atrair novos seguidores, principalmente na pandemia. Assim, a internet possibilitou que pessoas de diferentes partes do mundo se conectem e discutam suas experiências astrológicas. Os memes, por exemplo, tornaram-se uma forma de expressão cultural, unindo comunidades e gerando um senso de identidade compartilhada entre os admiradores da astrologia.

O que se viu foi um aprofundamento do conhecimento astrológico. Isto é, a geração *millennials* e a geração Z não se contentam mais com informações básicas sobre seus signos solares ou previsões diárias na mídia. Agora, a conversa é outra, envolve termos como “mapa astral”, declarações como “minha Vênus é em Libra”, reflexões sobre “o retorno de Saturno” e até atribuições de desafios a “Mercúrio Retrógrado”. O interesse vai além das combinações zodiacais usuais, explorando nuances cósmicas mais complexas e conectando-se a elementos astronômicos para uma compreensão mais completa de si mesmos e do universo.

O marketing também encontrou na astrologia uma forma de se comunicar com seu público. Marcas como Dior e Farm são exemplos de um fenômeno já definido como astro branding. Assim, ao incorporar arquétipos planetários, as marcas não apenas se diferenciam, mas também estabelecem uma ligação com um público que valoriza a espiritualidade e a influência cósmica em sua vida, criando uma identidade única e significativa.

2. Assim na Terra como no céu

Desde a formação das primeiras civilizações, o homem observa o céu e busca compreender a relação dos eventos celestes com o que acontece no planeta Terra. Edgar Morin (2008, p. 9) aponta que as antigas “sociedades modelaram sua organização de acordo com a ordem cósmica” e que os “calendários foram estabelecidos com base no ciclos solares e lunares”. A partir disso, foram pensadas as estações do ano (Verão, Outono, Inverno e Primavera) e, paralelamente, os 12 signos do zodíaco (Áries, Touro, Gêmeos, Câncer, Leão, Virgem, Libra, Escorpião, Sagitário, Capricórnio, Aquário e Peixes).

“Na Idade Média, assim como em todas as épocas anteriores, de forma geral, o homem acreditava que o céu tinha vida, que o cosmo todo tinha vida” (SHELDRAKE, 2008, p. 19). Logo, desde o momento em que os homens perceberam a repetição de eventos tanto na Terra quanto no céu, sentiram a necessidade de calcular, por meio da astronomia e da astrologia (até então irmãs), a similaridade dos ciclos, para que, dessa forma, conseguissem tornar as previsões possíveis.

A astrologia é um saber complexo, que inclui outros saberes, entre eles a Astronomia, Medicina, Matemática, Filosofia, Psicologia, Mitologia. É composta de técnicas e teorias complexas, que incluem cálculos e interpretações. Contém um alfabeto próprio composto por símbolos que representam planetas, signos, aspectos e outros pontos. É uma linguagem que precisa ser interpretada por quem conheça seus símbolos e sinais. É também a narrativa dos ciclos da natureza e da vida humana, uma forma de compreender o mundo capaz de contar a história dos ciclos celestes e de sua relação com os acontecimentos terrestres, o que inclui a experiência humana (VIDAL, 2014, p. 2).

E é por isso que é tão difícil definir a origem da astrologia, uma vez que ela foi e é usada nos mais diversos lugares do mundo desde os primórdios da humanidade. Para alguns autores, teria sido difundida na Mesopotâmia, para outros, no Egito ou na Grécia. O filósofo e historiador Peter Marshall, em seu livro *Astrologia no Mundo*, diz que “a astrologia ocidental moderna tem suas raízes na mistura das culturas da Mesopotâmia, Egito e Grécia” (MARSHALL, 2004, p. 209) e que por “quatro mil anos, cada uma dessas grandes civilizações contribuiu para o crescimento da astrologia” (MARSHALL, 2004, p. 209).

Apesar da astrologia não ser uma ciência, por muito tempo, foi considerada irmã da astronomia, parte da ciência que estuda os fenômenos que se originam fora da atmosfera da Terra, conforme destaca Edgar Morin (2008, p. 10): “É impressionante que as mais remotas

civilizações da Antiguidade, como as da China, Egito, Caldéia e Assíria, tenham desenvolvido correlativamente a astronomia e a astrologia”. Isso porque,

até o século XVII, não havia distinção entre astrologia e astronomia e os próprios astrônomos modernos Copérnico (1473 - 1543), Kepler (1571 - 1630), praticavam a astrologia. Assim, e paradoxalmente, os homens do Renascimento não estabeleciam uma autêntica oposição, um século antes do seu divórcio, entre astrologia e astronomia. A astrologia, a magia, a Astronomia, a medicina eram consideradas ciências empíricas” (MORIN, 1972, p. 21).

O cenário muda quando, a partir do século XX, o interesse pela astrologia ressurgiu do limbo a que tinha sido relegado pelo conhecimento científico e passa a ter uma presença mais forte na mídia. Esse retorno é devido, sobretudo, ao uso da astrologia nas teorias psicanalíticas de Carl Gustav Jung. O psiquiatra se aprofundou no tema em obras como *O Espírito na Arte e na Ciência*, *Sincronicidade* e *O Segredo da Flor de Ouro: um Livro de Vida Chinês*. Jung dizia que “a astrologia representa a soma de todo o conhecimento psicológico da Antiguidade”.²

O autor redefiniu os doze signos do zodíaco como arquétipos, representando padrões psicológicos no inconsciente coletivo. Além disso, introduziu o conceito de sincronicidade como uma abordagem inovadora para explicar a astrologia. Conforme Jung (2012), a sincronicidade refere-se a eventos que resultam em coincidências significativas, ocorrendo simultaneamente sem terem uma ligação aparente. Essas coincidências estariam interconectadas a todas as demais por meio de fios invisíveis.

Embora a interpretação psicológica dos horóscopos seja uma matéria ainda muito incerta, contudo, atualmente há a perspectiva de uma possível explicação causal, em conformidade, portanto, com a lei natural. Por conseguinte, não há mais justificativa para descrever a Astrologia como um método mântico (JUNG, 2012, p. 91).

Segundo o filósofo brasileiro Renato Janine Ribeiro, até o século XX, a astrologia era voltada à previsão do futuro e às ações praticadas e sofridas pelo homem. A partir de Jung, passa a ser focada na psique do indivíduo. Ou seja, busca desenvolver o autoconhecimento. E, conseqüentemente,

ideias como a de destino ou de aspectos nefastos perdem por completo o sentido, ainda mais porque o que confere, justamente, sentido à leitura é uma

² Comentário de Carl Gustav Jung no prefácio do *Segredo da Flor de Ouro* (1929).

convicção do possível crescimento do ser humano pelos desafios que enfrenta na vida.³

2.1. Os diferentes tipos de astrologia

A palavra astrologia abrange uma variedade de conhecimentos originados em diversas culturas ao redor do mundo, que, embora tenham diferenças, compartilham o princípio fundamental da conexão entre os astros e a vida. Cada uma das variações astrológicas, como a ocidental, védica, chinesa, entre outras, possibilita interpretações específicas da interação cósmica com as particularidades individuais e os eventos na Terra. Em *Astrologia, Psicologia e os Quatro Elementos*, Stephen Arroyo aborda como a astrologia molda traços de personalidade e comportamentos, integrando a sabedoria astrológica à compreensão psicológica humana.

Quase todas as culturas que conhecemos tiveram uma forma ou outra de astrologia; e não se pode atribuir isso ao fato de faltar a elas o “esclarecimento” moderno, mas antes ao seu senso imediato de unidade com o meio ambiente cósmico. Mais do que qualquer outra coisa, os preconceitos pseudocientíficos vulgares e a adesão a teorias científicas fora de moda, correntes entre cientistas atuantes, educadores e o público de modo geral, colocam-se no caminho de uma nova síntese de conhecimento e de uma nova esperança para o futuro do homem (ARROYO, 2013, p. 30).

A astrologia ocidental, explorada nesta pesquisa, é dividida em tradicional e moderna e baseia-se no movimento dos objetos astronômicos, como as estrelas e os planetas. Praticada na época clássica, a tradicional tem o foco nas previsões, e as interpretações enfatizam a ideia de destino e a forma como o indivíduo lida com ele. Já a moderna, também conhecida como contemporânea, busca integrar os conhecimentos astrológicos tradicionais à psicologia. Assim, a partir do entendimento do mapa astral do indivíduo, tendo ele características positivas ou não, alguns aspectos podem ser aproveitados e melhorados.

A védica, ou *jyotish*, tem origem indiana e utiliza os mesmos planetas e signos da astrologia tradicional, mas com o zodíaco sideral, tendo fundamentos nos Vedas. Tal característica modifica os posicionamentos em relação à forma que o cálculo é realizado no Ocidente. Ela inclui *Nakshatras*, constelações lunares, e *Dashas*, períodos planetários, sendo

³ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/11/17/mais!/3.html>. Acesso em: 28 de novembro de 2023.

muito utilizada em práticas de yoga. Além disso, os indivíduos são categorizados conforme os *nakshatras* ou as estrelas, agrupados em 27 constelações lunares. O mapa natal, conhecido como *kundali* ou *janam patrika*, desempenha um papel crucial, revelando informações detalhadas sobre personalidade, vida pessoal e saúde.

Para os orientais, os Vedas são “um manual do universo”, que são a base daquilo que se chama por “tradição védica” ou “cultura védica”. Esse “manual” não é restrito ao conhecimento espiritual: tudo aquilo que seria conhecimento do universo estaria nos Veda-s, como matemática, geometria, astronomia, medicina, artes, músicas, dança, guerra e outras áreas do conhecimento. A cultura indiana interpreta os Veda-s como vibrações que normalmente um ser humano não consegue escutar ou perceber, tendo sido cognizadas há muitos anos em um sânscrito antigo: os sábios e sua mente refinada transformaram essas vibrações, que sempre existiram, em hinos, mantra-s - que posteriormente foram transcritos (THOMPSON, 2021, p. 21).

A astrologia chinesa, por sua vez, adota outro sistema zodiacal, usando animais como arquétipos. Baseando-se em ciclos de 12 anos, cada ano é representado por um animal do horóscopo chinês, dentre eles, estão o rato, o boi, o tigre, o coelho, o dragão, a serpente, o cavalo, a cabra, o macaco, o galo, o cachorro e o porco. Cada animal é associado a um elemento (metal, água, madeira, fogo e terra), que integra as características de personalidade de cada signo. Juntos, os animais e os elementos definem as características específicas de uma pessoa nascida em determinado ano. Isto é, um ano de Dragão Fogo terá particularidades diferentes a de um ano Dragão Água. Além disso, a astrologia chinesa não se resume ao signo do ano de nascimento. Pelo contrário, ela também considera o signo do mês, do dia e da hora, criando um mapa astral mais completo.

Já a astrologia cármica, como o próprio nome sugere, é uma vertente que se aprofunda na filosofia do karma, analisando a crença de que as vidas passadas influenciam o presente e o futuro. Nesse sentido, busca compreender as lições que a alma está designada a desenvolver nesta vida, baseando-se, sobretudo, nos princípios do hinduísmo e do budismo. Ao contrário da tradicional, a cármica não se concentra apenas no momento do nascimento, mas também nas experiências acumuladas ao longo das vidas. Assim, o mapa natal cármico busca identificar padrões recorrentes que podem apontar os desafios a serem superados ao longo da vida.

Quanto mais descobrimos sobre a vida, mais tendemos a chegar a ideias que unificam muitas áreas da vida e muitas disciplinas intelectuais. Tais ideias unificadoras são altamente necessárias, hoje em dia, especialmente no campo da psicologia, a ciência que lida mais intimamente com a vida das pessoas. Para mim, é evidente que a astrologia é justamente o modelo de ordem e unidade que falta à psicologia atualmente (ARROYO, 2013, p. 34).

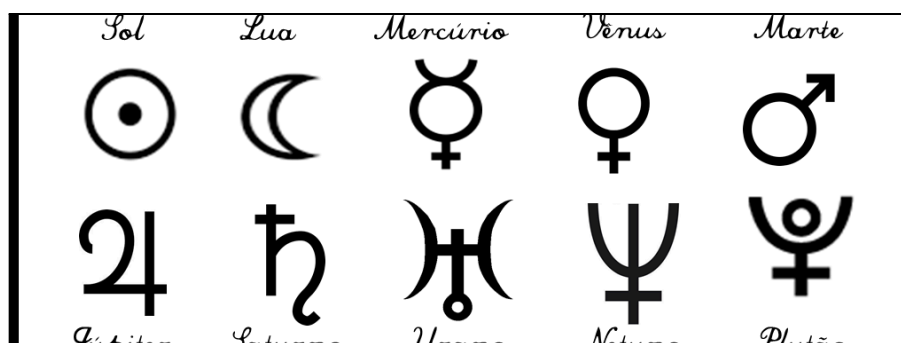
2.2. Como se estabelecem o calendário astrológico e o mapa astral

O calendário astrológico, que se inicia em março, é dividido em doze signos, e cada planeta corresponde a um signo. O Sol governa Áries (21/03 a 20/04), que também é regido por Marte, e Leão (22/07 a 22/08); Vênus, por sua vez, rege Touro (21/04 a 20/05) e Libra (23/09 a 23/10); Mercúrio lidera Gêmeos (21/05 a 21/06) e Virgem (23/08 a 22/09); a Lua rege Câncer (21/06 a 22/07); Marte e Plutão governam Escorpião (23/10 a 21/11); Júpiter rege Sagitário (21/11 a 22/12). Saturno governa Capricórnio (22/12 a 20/01). Já Urano e Saturno regem, simultaneamente, Aquário (21/01 a 18/02). Netuno é responsável pelo último signo do calendário astrológico, Peixes (19/02 a 20/03).

Ao todo, a astrologia considera dez planetas como objetos de estudo, sendo classificados em pessoais (Sol, Lua, Mercúrio, Vênus e Marte), sociais (Júpiter e Saturno) e geracionais (Urano, Netuno e Plutão). E, assim como os signos, cada um manifesta um significado. Ainda, é importante destacar que, para a astrologia, Plutão é considerado um planeta, assim como o Sol e a Lua.

Os planetas pessoais expressam a relação do indivíduo com ele mesmo: o Sol ressalta a essência, a motivação e a identidade pessoal; a Lua, por sua vez, reflete o lado emocional de cada pessoa; Mercúrio traz à tona o intelecto, o pensamento e a comunicação; conhecida na Mitologia como deusa do amor, da beleza e do equilíbrio, Vênus manifesta as relações e a interação com o outro; já Marte é dado como deus da guerra, simbolizando ação, movimento, impulsividade e iniciativa. Os planetas sociais, em contrapartida, exprimem características daquilo que é desenvolvido em sociedade: Júpiter fala sobre a expansão, a cultura e a filosofia; Saturno evidencia o poder, a ordem e a estrutura. E os planetas geracionais, que têm um nome bem sugestivo, estão relacionados ao coletivo e aos assuntos de uma geração inteira: Urano, por exemplo, salienta a necessidade de “pensar fora da caixa”; Netuno exterioriza o inconsciente, ensina o indivíduo a seguir os seus sonhos; e, por último, Plutão, que representa as transformações e os encerramentos de ciclo.

Figura 1: Planetas



Fonte: Astrologia da Depressão⁴

Os signos são divididos em cardinais (Áries, Câncer, Libra e Capricórnio), fixos (Touro, Leão, Escorpião e Aquário) e mutáveis (Gêmeos, Virgem, Sagitário e Peixes). E cada um deles é representado por um elemento. Isto é, Áries, Leão e Sagitário correspondem ao elemento fogo, Touro, Virgem e Capricórnio constituem o elemento terra, Gêmeos, Libra e Aquário formam a trindade do elemento ar e Câncer, Escorpião e Peixes retratam o elemento água. Outro fato importante é que toda casa astrológica corresponde a uma área da vida, sendo agrupadas em angulares (1, 4, 7 e 10), sucedentes (2, 5, 8 e 11) e cadentes (3, 6, 9 e 12).⁵

Angulares: a casa 1, regida por Áries, está diretamente ligada à imagem, à maneira como o indivíduo é visto socialmente e ao jeito de ser - aparência física, ego e essência; a casa 4, regida por Câncer, convida o indivíduo para o íntimo, para o casulo e para a família, está, também, atrelada às emoções; a casa 7, regida por Libra, fala das relações, sejam elas românticas ou sociais. É o relacionamento com a família, com os amigos, com o outro; e a casa 10, regida por Capricórnio, diz respeito ao trabalho, ao foco, à autoridade e ao reconhecimento.

⁴ Disponível em: <https://astrologiadadepressao.wordpress.com/2013/08/24/astrologia-e-os-simbolos/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

⁵ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/astrologia/2023/08/cada-casa-astrologica-representa-uma-area-da-vida-saiba-mais.shtml>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

Figura 2: Signos



Fonte: Astrologia da Depressão⁶

Sucedentes: a casa 2, regida por Touro, move o mundo das finanças e simboliza tudo aquilo que é fonte de sustento, de estabilidade e de estrutura; a casa 5, regida por Leão, exprime a alegria e o prazer. Nela, o indivíduo expressa a criatividade, o dinamismo e o carisma; a casa 8, regida por Escorpião, retrata o oculto, o sombrio e as transformações, estando, também, associada à morte; e a casa 11, regida por Aquário, é a criação de laços e a harmonia entre os grupos de amigos.

Cadentes: a casa 3, regida por Gêmeos, retrata os meios de comunicação, o modo de falar, a voz e a escrita; a casa 6, regida por Virgem, corresponde à rotina, ao trabalho e à saúde. Aqui, são revelados os aspectos práticos do dia a dia; a casa 9, regida por Sagitário, constitui a religiosidade, a crença, a filosofia e a expansão, também exprime a necessidade de conhecer e de viajar; e a casa 12, regida por Peixes, é a conexão com o inconsciente coletivo. O indivíduo é convidado a imergir nos sentimentos, nas emoções e na vulnerabilidade.

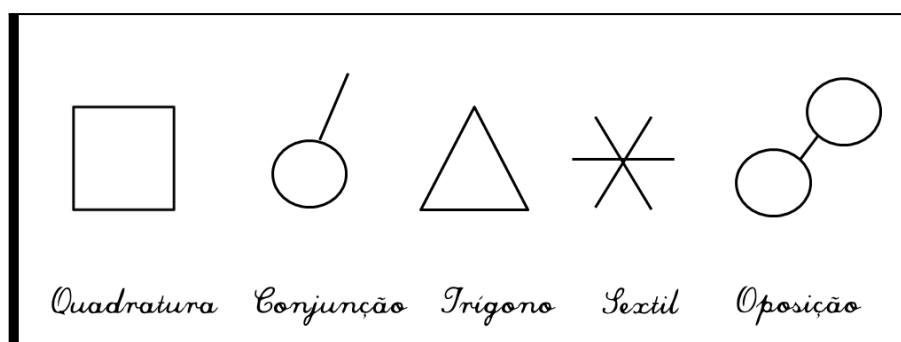
Há, também, os aspectos planetários (trígono, sextil, quadratura, conjunção e oposição). A priori, eles são a distância ou angulações específicas entre quaisquer dois pontos, por longitude ou declinação no sistema eclíptico de referências astronômicas.⁷ O primeiro é o aspecto mais favorável astrológicamente, ocorre quando dois planetas estão a 120 graus de distância um do outro, representando harmonia, concordância e energias positivas, uma vez que acontece entre signos do mesmo elemento. O segundo também é positivo, mas de forma mais sutil, aparece quando os planetas se encontram a 60 graus um do outro. O terceiro é considerado um aspecto desafiador, simboliza um conflito entre os planetas que estão posicionados em signos da mesma triplicidade (cardinal, fixo e mutável). O quarto, por sua

⁶ Disponível em: <https://astrologiadadepressao.wordpress.com/2013/08/24/astrologia-e-os-simbolos/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

⁷ Disponível em: <https://www.astrolink.com.br/artigo/os-aspectos-planetarios>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

vez, é visto como uns dos elementos mais importantes e fortes da astrologia, visto que acontece quando dois astros estão próximos ao mesmo grau em um signo — sendo assim, os planetas completam suas energias e podem atrair situações desafiadoras. Já o quinto, como o próprio nome sugere, ocorre quando dois planetas estão em posições opostas. Ou seja, a 180 graus de separação entre si.

Figura 3: Aspectos planetários



Fonte: Astrologia da Depressão⁸

É possível descobrir, por meio do mapa, a polarização energética, dividida em Yang (ativo e masculino) e Yin (passivo e feminino). Os signos de polaridade masculina transmitem comportamentos mais extrovertidos, expansivos e são mais comunicativos. Já os de polaridade feminina tendem a ser mais introvertidos, profundos, intimistas e tranquilos. Os termos Yin e Yang são de origem chinesa e representam as dualidades complementares na natureza:

Para Chauí, o pensamento chinês acerca do Yin/Yang se encontra restrito no seu grau de generalidade por se pautar na oposição masculino/feminino para entender o Universo, enquanto, por outro lado, o pensamento pitagórico, legítima Filosofia, entende os opostos sob aspectos matemáticos atingindo um grau maior de generalidade. Entretanto, um estudo mais cuidadoso do pensamento oriental permite a compreensão de que o Yin/Yang não se reduz a tensão entre masculino/feminino – esta é apenas uma faceta do que representa o Yin/Yang: “Segundo a cosmologia oriental, o princípio era o Um, o absoluto, e de sua polarização nasceu o Dois, o Yin e o Yang, que em constantes interações produz todos os fenômenos da natureza: o dia e a noite, frio e calor, contração e expansão, e, em último nível, a vida e a morte. O Yang significa o princípio ativo, masculino, diurno, luminoso, quente, e, portanto o branco, enquanto o Yin o princípio passivo, feminino, noturno, escuro, frio, enfim, o preto” (GARCIA, 2019, p. 212).

⁸ Disponível em: <https://astrologiadepressao.wordpress.com/2013/08/24/astrologia-e-os-simbolos/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

2.3. Relação entre astrologia e imprensa no Brasil

O início do último século foi um divisor de águas para a presença da astrologia na mídia, ela saiu “dos cenáculos dos grupúsculos e da porta fechada dos consultórios, para estar presente na grande imprensa” (PETROSSIAN, 1972, p.27). Surgiu, conseqüentemente, uma astrologia de massa. Mas a relação é bem mais antiga. Na dissertação de mestrado *Narrativas do Céu: a Presença da Astrologia nos Meios de Comunicação*, defendida em 2015 na Faculdade Cásper Líbero, a pesquisadora Titi Vidal relatou que, com a chegada dos portugueses ao Brasil, a astrologia passa a se desenvolver com os almanaques vindos da Europa no século XVI. A partir daí, tornou-se mais popular e passou a ser mais conhecida.

Para Claude Fischler, diretor do Centro Nacional Francês de Pesquisa Científica, “foi a grande imprensa quem tirou a astrologia do ocultismo, do underground para onde haviam relegado a ciência, a razão e a religião” (FISCHLER, 1972, p. 29). Na década de 1950, a astrologia fez sua entrada no Brasil por meio de revistas que divulgavam previsões mensais. Jornais contribuíram para sua popularização ao transformar as previsões mensais em horóscopos diários. Além disso, o horóscopo sempre esteve presente no rádio e na televisão.

Desde então, a grande maioria dos jornais, das revistas e dos sites de notícias cede espaço para reportagens com temática astrológica. Os jornais *Estadão*, *BBC*, *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e as revistas *Marie Claire*, *Capricho*, *Vogue*, *Exame* são alguns deles. O conteúdo varia, indo desde dicas dos especialistas sobre como enfrentar um trânsito astrológico até a análise do mapa astral de alguma personalidade. Neles, o leitor se depara com horóscopos e narrativas resumidas quanto aos aspectos astrológicos referente à semana, ao mês ou ao ano. E, assim, são consumidos pelo conteúdo, que aborda todas as áreas da vida: dos relacionamentos amorosos à saúde, ao trabalho e à vida social.

Atualmente, em canais a cabo, há alguns programas direcionados à astrologia. É o caso do *Lifetime*, que apresenta a série *Mapa das Estrelas*, apresentada pela astróloga Márcia Fernandes, ou *Márcia Sensitiva*, como é conhecida pelo público. A numeróloga visita a casa das celebridades e faz uma análise completa do mapa astral dos participantes. O programa *Mulheres*, da *TV Gazeta*, é outro que dedica um espaço da grade para abordar o tema. Além desses, a *TV Band* também aderiu à astrologia em suas pautas. Em 2022, a empresa criou o podcast *Horóscopo na Band*, produzido pelo astrólogo André Mantovanni.

E uma coisa é certa: se existe programação, é porque dá audiência. E, se dá audiência, é porque existe identificação por parte do público. Conseqüentemente, a astrologia se

beneficia disso, visto que, ao mesmo tempo que consegue se popularizar, divulgando-se de forma mais ampla, também atinge a individualidade, pois consegue apresentar-se de maneira personalizada para o seu nicho. Desse modo,

por meio dos signos temos as unidades comuns que ligam as séries, e assim os jornais tecem, dia a dia, ano a ano, capítulos do movimento diário dos astros, que seguem seu caminho inevitável pelas órbitas celestes, contando a história dos homens pela mediação dos astrólogos (RAMOS, 2002, p. 24).

Por um lado, o horóscopo populariza a astrologia e, normalmente, é o que gera curiosidade no indivíduo para procurar mais sobre o universo místico. Em contrapartida, é a parte mais resumida da astrologia, fazendo com que ela pareça genérica. Theodor Adorno é um dos autores que teceram críticas ao horóscopo e à astrologia⁹. O autor chama o público leitor da coluna do jornal *Los Angeles Times* de “pessoas ingênuas” (2007, p. 45). Em outro momento, fala da “dependência” desses leitores (2007, p. 174), além de abordar a diferença entre os leitores da coluna astrológica do *Los Angeles Times* e dos leitores das revistas especializadas no conteúdo. Quanto às revistas, ele diz que, por serem desenvolvidas para um nicho de seguidores de astrologia, e não para o público em geral, contêm material astrológico mais ‘técnico’ e tentam impressionar os leitores tanto com um conhecimento ‘esotérico’ quanto com uma sofisticação ‘científica’. (2007, p. 48).

Em *As Estrelas Descem à Terra*, Adorno expõe sua opinião quanto à astrologia e destaca a relação dos astros com o capitalismo. Segundo o autor, “a crença astrológica não é uma expressão espontânea” (ADORNO, 2007, p. 59), mas, sim, “uma irracionalidade cuidadosamente preparada e pré-digerida” (ADORNO, 2007, p. 59). Mais à frente, ele compara os signos com o subconsciente humano, os sonhos, além de reforçar que “a astrologia comercial é especificamente concebida e construída de modo a satisfazer aquelas necessidades psicológicas que os astrólogos supõem que estão presentes em seu público” (ADORNO, 2007, p. 61).

Adorno e Max Horkheimer (1985), em *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*, argumentam que, na indústria cultural, ilusões são fabricadas por meio do contexto cultural e artístico, convertendo-se em mercadorias voltadas ao lucro. “O poder da sociedade industrial é absorvido pelo cérebro dos homens” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 57). Para os autores, a indústria cultural transforma a imitação, a repetição e a reprodução desta repetição em algo absoluto.

⁹ Adorno analisou o horóscopo do jornal *Los Angeles Times*, na década de 1950.

Reduzida ao estilo, ela trai seu segredo, a obediência à hierarquia social. A barbárie estética consome hoje a ameaça que sempre pairou sobre as criações do espírito desde que foram reunidas e neutralizadas a título de cultura. Falar em cultura foi sempre contrário à cultura. O denominador comum “cultura” já contém virtualmente o levantamento estatístico, a catalogação, a classificação que introduz a cultura no domínio da administração. Só a subsunção industrializada e consequente é inteiramente adequada a esse conceito de cultura. Ao subordinar da mesma maneira todos os setores da produção espiritual a este fim único: ocupar os sentidos dos homens da saída da fábrica, à noitinha, até a chegada ao relógio do ponto, na manhã seguinte, com o selo da tarefa de que devem se ocupar durante o dia, essa subsunção realiza ironicamente o conceito da cultura unitária que os filósofos da personalidade opunham à massificação (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 58).

Alguns astrólogos concordam com Adorno quanto à sua crítica à parte comercial da astrologia, majoritariamente voltada ao horóscopo, um mercado que tem crescido e atraindo pessoas que visam, muitas vezes, ao lucro. Contudo, embora a astrologia ofereça insights sobre eventos e situações, sua ênfase recai no conceito de livre-arbítrio. Os astrólogos enfatizam que os astros servem como conselheiros, não como determinantes. A responsabilidade pelas escolhas e suas consequências permanece nas mãos do indivíduo. Essa perspectiva ressalta que, apesar das influências astrais, a ação pessoal desempenha um papel fundamental na trajetória de cada um. A crítica de Adorno, nesse sentido, é importante:

A sociedade é feita daqueles que ela abarca. Se as pessoas admitissem inteiramente o quanto dependem de condições criadas pelo homem, teriam de alguma forma de culpar a si mesmas, e reconhecer não apenas sua impotência, mas também que são a causa dessa impotência; teriam de assumir responsabilidades que hoje são extremamente difíceis de serem assumidas. Essa pode ser uma das razões pelas quais há tanta inclinação a projetar a dependência sobre alguma outra coisa, seja uma conspiração de banqueiros de Wall Street, seja, constelações estelares (ADORNO, 2007, p. 175-176).

Em *As Palavras e as Coisas*, Foucault aborda a arqueologia do saber, os epistemes que moldam as diferentes eras, a relação entre linguagem e poder e traz uma reflexão quanto ao valor das experiências pessoais, que não necessariamente são científicas, para a vida. Segundo o autor, a evolução do conhecimento não é somente por meio de “uma objetividade na qual nossa ciência de hoje pudesse enfim se reconhecer” (FOUCAULT, 2000, p. 8), mas, sim,

o que se quer trazer à luz é o campo epistemológico, a epistémê onde os conhecimentos, encarados fora de qualquer critério referente a seu valor racional ou a suas formas objetivas, enraízam sua positividade e manifestam assim uma história que não é a de sua perfeição crescente, mas, antes, a de suas condições de possibilidade (FOUCAULT, 2000, p. 8).

A crítica foucaultiana se estende à ideia de que as ciências são gradativas e universais. Nesse sentido, o autor questiona uma narrativa linear do conhecimento, sugerindo uma abordagem mais contingente.

O reconhecimento das mais visíveis similitudes apóia-se, pois, numa descoberta que é a da conveniência das coisas entre si. E se lembrarmos agora que a conveniência não é sempre definida por uma localização atual, mas que muitos seres que se convêm estão separados (como ocorre entre a doença e seu remédio, entre o homem e seus astros, entre a planta e o solo de que precisa) tornar-se-á de novo necessário um sinal da conveniência (FOUCAULT, 2000, p. 38).

A astrologia, como sistema de significados cósmicos baseados em posições astronômicas, poderia ser vista como uma manifestação de como as sociedades estruturam suas compreensões do cosmos. Foucault argumenta que as formas de conhecimento não são universais, mas, sim, construídas socialmente. Nesse contexto, a astrologia pode ser examinada como parte de uma estrutura mais ampla que influencia a percepção do mundo. Ao analisar as categorias de pensamento e as mudanças nas formas de representação, pode-se explorar como a astrologia, ao longo do tempo, reflete e é refletida nas transformações culturais e epistemológicas.

A astrologia foi rechaçada como superstição, simultaneamente, pelo cristianismo e pelo racionalismo científico. Só conseguiu reconquistar seu espaço no contexto da subjetividade individual, único lugar em que lhe foi reconhecida alguma objetividade. A sociedade não se encontra mais inscrita no cosmo e, a partir do século XIX, foi forçada a inserir-se em um devir irresistível que lhe promete o controle do mundo (MORIN, 2008, p. 12).

É importante reforçar que as críticas científicas à astrologia em geral se reduzem ao horóscopo. Em *Mitologias*, Roland Barthes (1975) criticou o conteúdo do horóscopo semanal da revista *Elle*, publicado na década de 50. Segundo o autor, o horóscopo descreve mais o futuro do que prevê. “Os astros não postulam nunca uma destruição da ordem, exercem a sua influência, moderadamente, semana após semana, respeitando o social e os horários patronais (BARTHES, 1975, p.107).”

Ao contrário do que se poderia esperar, não se depara com nenhum mundo onírico, mas sim com uma descrição estritamente realista de um meio social preciso, o das leitoras da revista. Ou seja, a astrologia não é, de modo nenhum, pelo menos neste caso, abertura para o sonho, é um puro espelho, pura instituição da realidade (BARTHES, 1975, p. 107).

Parte das certezas que os leitores têm do horóscopo é construída com base em suposições. Isto é, as previsões diárias são compartilhadas nas redes sociais, nos jornais e nas revistas. Dentre elas, há aspectos positivos e negativos, quando as positivas se concretizam de alguma forma, o leitor atribui os acontecimentos ao horóscopo, essas eventualidades vão se somando dia após dia e, conseqüentemente, as que não acontecem são esquecidas. Jung (2012) sugere que o tempo exerce uma influência crucial, levantando a possibilidade de que a qualidade temporal esteja associada à capacidade das posições zodiacais representarem uma causalidade.

A sincronicidade designa o paralelismo de espaço e de significado dos acontecimentos psíquicos e psicofísicos, que nosso conhecimento científico até em si nada explica; expressa apenas a presença de coincidências significativas que, em si, são acontecimentos causais, mas tão improváveis, que temos de admitir que se baseiam em algum princípio ou em alguma propriedade do objeto empírico (JUNG, 2012, p. 94).

E, por isso, alguns astrólogos criticam, assim como os cientistas, o horóscopo. Nessa perspectiva, falta uma visão geral dos cientistas quanto à astrologia, não focando somente no horóscopo. Os próprios astrólogos criticam essas atribuições que não contemplam a astrologia como um todo.

A ciência é um instrumento poderoso, como é a astrologia. O conhecimento que obtemos através desses métodos pode ser usado de duas formas: manipulação ou avaliação. Infelizmente, até agora a ciência, no Ocidente, tem sido usada principalmente para a primeira, não só as ciências físicas, como também na psicologia (ARROYO, 2013, p. 31).

Assim, seria possível uma união da astrologia com a ciência, com a integração de perspectivas? Para o filósofo Lancelot Law Whyte: “A própria ciência poderia beneficiar-se com o reconhecimento mais amplo das preferências inconscientes que guiaram o seu desenvolvimento histórico e que ainda hoje persistem” (*apud* ARROYO, 2013, p. 31). O próprio Albert Einstein já abordou a força mística:

A mais bela e mais profunda emoção que podemos experimentar é a sensação do místico. Ela é a força de toda ciência verdadeira. Tomar conhecimento de que aquilo que é impenetrável para nós existe realmente, manifestando-se como a mais elevada sabedoria e como a mais radiante beleza que as nossas faculdades obtusas só podem compreender em suas formas mais primitivas - este conhecimento, esta sensação está no âmago da verdadeira religiosidade (*apud* ARROYO, 2013, p. 33).

Pode-se até falar de um time de “cientistas astrólogos”, dentre eles, Francis Bacon e Isaac Newton. O último, quando questionado sobre o que desejava estudar na Universidade de Cambridge, disse, segundo relatos: “Matemática, para que assim eu possa testar a astrologia” (*apud* ARROYO, 2013, p. 33).

Por um lado, alguns estudiosos afirmam que a astrologia é a ciência interpretativa dos astros. Eles veem a posição dos planetas e outros corpos celestes como influências que podem moldar personalidades e eventos na Terra. “Quando se falar a seguir em astrologia, deve-se entender em primeira linha aquele ramo interpretativo da ciência dos astros” (STUCKRAD, 2007, p. 16). Já a comunidade científica questiona a veracidade da astrologia. Um exemplo que sinaliza o desafeto da ciência em relação à astrologia é uma publicação, com o título *Objections to Astrology*, na revista *The Humanist*¹⁰, em 1975. A declaração, escrita por Bart Bok, Lawrence Jerome e Paul Kurtz, foi assinada por 183 cientistas, dentre eles, astrônomos, astrofísicos e cientistas de outras áreas, e afirma:

Nós, os signatários [...], queremos advertir o público contra a aceitação inquestionável das previsões e conselhos dados, em particular e em público, pelos astrólogos. Aqueles que desejam acreditar em astrologia devem perceber que não há fundamento científico para seus princípios (THE HUMANIST, 1975, n.p).

Todavia, em *A Construção dos Sentidos de Certeza nos Horóscopos*, o pesquisador Leonardo Schwartz Ribeiro pontua: “A comunidade dos astrólogos não se detém pelo esforço dos cientistas e continua dizendo que eles estão equivocados. Para esses astrólogos, a astrologia não é algo empírico, como a física” (RIBEIRO, 2020, p. 27). Seguindo esta linha de pensamento, os astrólogos distanciam a física, que está diretamente ligada à astronomia, da astrologia. E, nesse sentido,

essa oposição facilita uma possível crença, pois possibilita que as relações com a astrologia sejam puramente individuais e sentimentais, já que são opostas ao cientificismo da física, tornando assim a negação da astrologia e dos horóscopos, como a comunidade científica tenta fazer, mais difícil (RIBEIRO, 2020, p. 27).

¹⁰

Disponível em: <http://web.archive.org/web/20090318140638/http://www.americanhumanist.org/about/astrology.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

em:
Acesso

3. Aspectos astrológicos na comunicação pandêmica

A comunicação é um processo complexo e fundamental para a interação humana, permeando todos os aspectos da sociedade. Além disso, a linguagem assume várias formas, desde a verbal até as expressões não verbais, como gestos, posturas e expressões. No âmbito das relações pessoais, ela desempenha um papel crucial na construção e na manutenção de conexões significativas, além de ser a base da educação. Em seu livro *Comunicación y Poder*, Manuel Castells define o ato de comunicar como:

compartilhar significados via intercâmbio de informação. O processo de comunicação se define pela tecnologia da comunicação, pelas características dos emissores e receptores da informação, pelos seus códigos culturais de referência, pelos seus protocolos de comunicação e pelo alcance do processo. O significado só pode ser compreendido no contexto das relações sociais nas quais se processam a informação e a comunicação (CASTELLS, 2009, p. 87).

Atualmente, a internet e as redes sociais desempenham um papel de comunicação instantânea. Plataformas como Facebook, X (antigo Twitter), WhatsApp e Instagram permitem que os usuários compartilhem notícias, opiniões e experiências em tempo real. Todavia, a instantaneidade também traz desafios, sobretudo quando diz respeito à disseminação rápida de informações falsas — sem contar os algoritmos, que criam um cenário de bolha, no qual as pessoas são expostas a conteúdos semelhantes, abalando o pensamento crítico e o famoso “pensar fora da caixa”.

o uso articulado das redes tem a capacidade de reafirmar crenças, antes adormecidas ou não vocalizadas, e dar maior força às narrativas difusas, que, muitas vezes, contrapõem os lugares de fala da ciência e do jornalismo, por exemplo (FERNANDES *et al.*, 2020, p. 7).

Paralelamente, vivemos uma era de excesso de informação. Em sua pesquisa¹¹ para o JHI, Journal of Health Informations, Marcia Regina Cubas reforça a incapacidade humana de processar informações excessivas e contraditórias. Para a pesquisadora, essa insuficiência é potencializada em momentos de crise, como foi a pandemia. Diariamente, jornais e meios de

¹¹ Disponível em: <https://jhi.sbis.org.br/index.php/jhi-sbis/article/view/759/383>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

comunicação divulgam as mais diversas notícias, que se perdem em meio às fake news, dificultando a filtragem desses conteúdos.

Em A Ordem do Discurso, o filósofo Michel Foucault abordou as possíveis formas do discurso, seja enunciado ou escrito, se disseminar em diferentes sociedades e exercer funções que são ao mesmo tempo “controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 2004, p. 4). Ainda,

em suma pode-se supor que há, muito regularmente, nas sociedades, uma espécie de desnivelamento entre os discursos: os discursos que “se dizem” no correr dos dias e das trocas, e que passam com o ato mesmo que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de certo número de atos novos de fala que os retomam, os transformam ou falam deles, ou seja, os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, “são ditos” permanecem ditos e ainda por dizer. Nós o conhecemos em nosso sistema de cultura: são os textos religiosos ou jurídicos, são também esses textos curiosos, quando se considera o seu estatuto, e que chamamos de “literários”; em certa medida textos científicos (FOUCAULT, 2004, p. 22).

Cíclicos, os episódios conhecidos como Mercúrio Retrógrado têm chamado a atenção e a curiosidade das pessoas ao longo dos anos, e, embora alguns céticos questionem a veracidade do evento, a popularidade do conceito se mantém. Retratado como mensageiro dos deuses na mitologia romana, Mercúrio é associado à rapidez, à agilidade mental e à versatilidade. O planeta da comunicação rege os signos de Gêmeos e de Virgem, e, em cada um desses signos, se comporta de maneira diferente. Em Gêmeos, Mercúrio destaca a natureza curiosa, comunicativa e adaptável, promovendo habilidades verbais e mentais aguçadas. Em Virgem, enfatiza a análise crítica, a atenção aos detalhes e a busca pela ordem, manifestando-se na expressão do intelecto por meio do trabalho prático.

Quando fica retrógrado, cerca de três vezes ao ano, segundo os astrólogos, é comum que existam problemas relacionados à fala, à voz e à tecnologia. A astrologia tradicional considera o planeta retrógrado como um período desafiador, frequentemente associado a mal-entendidos, atrasos e confusões. Tem aqueles que acreditam na volta de assuntos não solucionados ou de ex-parceiros, os astrólogos dizem que é um momento de reavaliação, seja no trabalho, nos relacionamentos ou em outras áreas da vida.

No dia 4 de outubro de 2021, momento em que Mercúrio estava retrógrado, um episódio deixou o mundo surpreso: as plataformas WhatsApp, Facebook e Instagram pararam

de funcionar por volta das 12h45 no horário de Brasília, impactando bilhões de pessoas¹². O apagão das redes sociais, como ficou conhecido o caso, foi comentado no mundo inteiro e trouxe à tona a vulnerabilidade da população diante do sumiço dos meios de comunicação atuais. Ao fim da tarde, depois de quase seis horas sem os usuários poderem acessá-las, as redes finalmente voltaram à ativa. Contudo, é impossível calcular o tamanho do impacto econômico gerado pelo incidente. Afinal, muitas empresas e pessoas atendem clientes pelas redes sociais. Em Estudo de Caso Bottega Veneta: o “Apagão das Redes Sociais” como Estratégia de Comunicação Digital, Marcela Rebello Frauzino explica o ambiente on-line:

A rede social on-line é um ambiente digital em conexão no qual é possível observar o desenrolar, a evolução e a constante modificação dos embates psicossociais de seus integrantes, embates esses não apenas de ordem tecnológica, mas, sobretudo, humana. A participação ativa das pessoas nas redes sociais por meio da troca generosa de links e da catalisação de conversas apresenta um comportamento indicativo para a conexão, a ligação e a associação entre assuntos e pessoas (FRAUZINO, 2022, p. 24).

Ainda em outubro de 2021, um relatório¹³ da agência We Are Social, em parceria com o sistema Hootsuite, revelou que 4,55 bilhões de indivíduos estão ativos em redes sociais. Em julho do mesmo ano, outro documento do Facebook Inc indicou que mais de 2,7 bilhões de pessoas usam diariamente uma das redes sociais da empresa. Esses dados representam, em média, 60% de todos os usuários de redes sociais e 30% da população global.

Apesar das críticas científicas, a popularidade do conceito de Mercúrio Retrógrado permanece, talvez devido à busca humana por significados e padrões em situações cotidianas. Algumas pessoas enxergam este momento como uma oportunidade de mudança, de autoconhecimento e de compreensão para o futuro. Mercúrio retrógrado destaca a interseção entre a astrologia e a experiência humana, alimentando debates frequentes. Segundo o filósofo Edgar Morin, os estudos dos astros retornam com toda força justamente por se tratar do que está fora do alcance da ciência. “Esta nova gnose mexe com as nostalgias duma verdade perdida, a profecia apocalíptica, as esperanças dum novo mundo (MORIN, 1972, p. 203).”

¹²

Disponível

em:

<https://brasil.elpais.com/tecnologia/2021-10-04/whatsapp-facebook-e-instagram-sofrem-queda-generalizada-no-mundo-todo.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

¹³ Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

3.1. Planetas retrógrados e pandemia

Em 2020, primeiro ano de Covid-19, o mundo viveu um cenário tenso astrologicamente: exceto a Terra, o Sol e a Lua, todos os planetas ficaram retrógrados. Isso inclui Mercúrio, Vênus, Marte, Júpiter, Saturno, Urano, Netuno e Plutão. Nesse mesmo período, alguns aspectos astrológicos mostravam tensões (conjunções e quadraturas entre os planetas) no céu. Tais aspectos já eram previstos alguns meses antes do início da pandemia por alguns astrólogos, que, com base nos posicionamentos astrológicos de outros momentos históricos, como a Peste Bubônica e a Segunda Guerra Mundial, cogitavam mudanças muito significativas para os próximos anos.

Em entrevista,¹⁴ a astróloga Cláudia Lisboa, que atua há 40 anos na profissão e acumula mais de 1 milhão de seguidores nas redes sociais (Instagram e YouTube), destacou que um estudo feito por dois astrólogos franceses, Henri Gouchon e André Barbault, na década de 1960, se confirmou de fato. Na pesquisa, eles apontaram que o maior pico de crise do século XXI aconteceria entre 2020 e 2022. No início de 2020, havia uma grande concentração de planetas em um único signo (Capricórnio). A conjunção de Saturno com Plutão já seria suficiente para provocar o caos, mas Júpiter e Marte também resolveram entrar em cena.¹⁵ A última vez que Júpiter (expansão), Plutão (morte) e Saturno (poder) se encontraram dessa forma foi há mais de 800 anos, quando ocorreu a queda de Roma. Essa aglomeração no signo da casa 10 fala de contenção econômica e de gestão de recursos, situação enfrentada mundialmente durante o período.¹⁶

Aprovem os cétricos ou não, a astrologia também é usada para descrever movimentações na política - um exemplo disso ocorreu durante as eleições presidenciais de 2022, disputada entre Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva, quando Aline Maccari, conhecida como “A Astróloga” nas redes sociais, analisou, em seu canal no YouTube, que soma, atualmente, mais de 140 mil seguidores, a influência do céu no momento e como os signos dos candidatos poderiam sugerir a vitória de um dos dois. Vale lembrar que Bolsonaro é do signo de Áries e o presidente Lula é do signo de Escorpião, e, no momento do

¹⁴ Disponível em: <https://jornalismosp.espm.edu.br/aumenta-procura-por-astrologia-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 28 de novembro de 2023.

¹⁵ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/interpretacao-da-astrologia-que-dizem-os-planetes-sobre-pandemia-de-coronavirus-24343091>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

¹⁶ Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/reflexos-da-pandemia-na-pauta-economica>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

embate, a luação era escorpiana. No texto divulgado pelo Correio Braziliense¹⁷, a comunicadora sugere que Marte, que rege Áries, estava retrógrado naquela época, podendo levar a um possível enfraquecimento de Bolsonaro em comparação a Lula, que recebia os benefícios da Revolução Solar.

O mapa de revolução solar é capaz de dar o tom geral de tudo o que pode acontecer no ano seguinte, nas mais diferentes áreas da vida de alguém. Permite identificar a melhor maneira de trabalhar objetivos específicos, bem como as energias disponíveis para serem absorvidas e experimentadas.¹⁸

Como a astrologia fala de ciclos, é importante observar que muitos ciclos parecem se repetir a partir de posicionamentos astrológicos parecidos. No início de 2020, Netuno, assim como Mercúrio, estava retrógrado, favorecendo a ilusão, as mentiras e a falta de informações claras, segundo os astrólogos. Ao longo do ano, outros planetas ficaram retrógrados¹⁹: Vênus (13/05 a 25/06); Marte (09/09 a 13/11); Júpiter (14/05 a 13/09); Saturno (11/05 a 29/09); Urano (15/08 a 14/01); Netuno (23/06 a 28/11) e Plutão (25/04 a 04/10). Em 2021²⁰: Mercúrio (30/01 a 20/02, 29/05 a 22/06 e 27/09 a 18/10); Vênus (19/12 a 29/01/2022); Júpiter (20/06 a 18/10); Saturno (23/05 a 10/10); Urano (19/08 a 18/01/2022); Netuno (25/06 a 01/12) e Plutão (27/04 a 06/10). Já em 2022²¹: Mercúrio (14/01 a 04/02, 10/05 a 30/06, 10/09 a 02/10 e 29/12 a 18/01/2023); Vênus (19/12/2021 a 29/01 e 23/07 a 09/09); Marte (30/10 a 12/01); Júpiter (28/07 a 23/11); Saturno (04/06 a 23/10); Urano (24/08 a 2023); Netuno (28/06 a 03/12) e Plutão (29/04 a 08/10).

Um balanço realizado pelo consórcio de veículos de imprensa mostrou que 2021 foi o ano mais crítico da pandemia.²² O país terminou o ano com o total de 619.109 mortes por Covid, sendo abril o mês mais letal de toda a crise de saúde, com um registro de, em média,

¹⁷ Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/politica/2022/10/5047389-astrologa-analisa-regencia-do-2-turno-e-energia-de-lula-e-bolsonaro.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

¹⁸ Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/horoscopo/noticias/redacao/2023/04/05/revolucao-solar-por-que-ela-nao-precisa-ser-feita-so-no-seu-aniversario.htm>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

¹⁹ Disponível em: <https://vogue.globo.com/Vogue-Gente/noticia/2020/06/tudo-sobre-os-cinco-planetas-retrogrados-de-2020-mensa-gem-e-de-paciencia-para-viver-os-processos-de-revisao.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

²⁰ Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/o-movimento-retrogrado-dos-planetas/>. Acesso em 2023.

²¹ Disponível em: <https://gshow.globo.com/horoscopo-etc/noticia/cinco-planetas-retrogrados-ao-mesmo-tempo-entenda-o-que-significa.ghtml>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

²² Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/12/31/balanco-indica-que-2021-foi-o-ano-mais-letal-da-pandemia-no-pais.ghtml>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

3.125 óbitos por dia. Naquele período, coincidentemente, Plutão, que fala sobre mortes, fins de ciclo e crises, iniciou a sua fase de retrogradação. Em 2020, quando o planeta estava retrógrado, o ministro da Justiça e Segurança Pública Sérgio Moro saiu do governo. Já em 2021, a retrogradação coincidiu com o pico de mortes e com o início da CPI da Covid no Brasil.

Para piorar, em agosto de 2021, Urano ficou retrógrado. O planeta provoca resoluções, sobretudo na área das tecnologias, segundo a astrologia. Isso explica o apagão das redes sociais, que também corresponde ao período de retrogradação de Mercúrio. Nesse contexto, a turbulência política se somava a outras crises: fiscal, sanitária (Covid-19) e energética. O ano começou com a falta de oxigênio nos hospitais de Manaus, agravando o avanço do vírus. Quanto a Bolsonaro, os atritos entre o ex-presidente e o Congresso Nacional se intensificaram desde que os aliados de Jair começaram a ser investigados sob a suspeita de desenvolverem campanhas em prol da disseminação de informações falsas. Em fevereiro de 2021, o conflito resultou na prisão de um dos aliados do ex-presidente dentro do Congresso Nacional, o deputado Daniel Silveira.

Ainda na política, um dos principais problemas durante a pandemia foi a divergência de estratégias entre o ex-presidente e as autoridades de saúde. Bolsonaro expressou ceticismo quanto às medidas de isolamento social, priorizando a economia. Essa posição diante da crise gerou desavenças com os governadores e prefeitos, que, em muitos casos, adotaram medidas mais rigorosas²³. Para o mestre em psicanálise aplicada à saúde e à educação Robson Lima de Arruda (2021), “as instituições acadêmicas e científicas, aliás, têm sido alvo constante do presidente Bolsonaro, numa tentativa de intervir ideologicamente nestas organizações” (LIMA, 2021, p. 87).

Durante a pandemia do coronavírus, o mundo inteiro viveu diversos momentos de reavaliação, tanto emocionalmente quanto socialmente. A comunicação também ficou prejudicada com as ondas de *fake news* no Brasil, sobretudo, devido ao negacionismo forte do governo regente. “Depois da facada, não vai ser uma gripezinha que vai me derrubar, tá ok?”, disse Jair Bolsonaro (presidente do Brasil na época) durante um de seus discursos.²⁴ A fala do ex-presidente repercutiu na grande mídia, fortalecendo o negacionismo em um momento em que o Brasil estava perdendo vidas para a doença. O pesquisador em saúde pública Aparecido Francisco dos Reis, em seu artigo *Da Bio à Necropolítica: a Política de Saúde, Narrativas e*

²³ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/bolsonaro-diz-que-prefeitos-e-governadores-terao-que-pagar-in-denizacao-a-trabalhador-por-paralisacao.shtml>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

²⁴ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55107536>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

Ações do Neoliberalismo do Governo Bolsonaro e Seus Impactos Junto aos Idosos na Pandemia de Covid-19, fala sobre o impacto dos discursos do ex-presidente diante da crise:

Todas as falas do presidente fazem propaganda contra a saúde pública, definida como o discurso político que mobiliza argumentos econômicos, ideológicos e morais, além de notícias falsas e informações técnicas não comprovadas cientificamente, com o objetivo de desacreditar as autoridades sanitárias, enfraquecer a adesão popular às recomendações de saúde baseadas em evidências científicas, e promover o ativismo político contra as medidas de saúde pública necessárias para conter o avanço da Covid-19. A opção pela morte como política do governo, contribuiu para o aprofundamento da crise do coronavírus no país (REIS, 2022, p. 397).

A quantidade de desinformação foi tão alta que o portal G1 e o site do Ministério da Saúde criaram, respectivamente, seções como Fato ou Fake - Coronavírus e *Fake News* para atenuar as notícias falsas divulgadas nos veículos de comunicação. Parte delas, coincide com os períodos de retrogradação dos planetas. É importante lembrar que a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional em 30 de janeiro de 2020²⁵, coincidentemente 15 dias antes do início da retrogradação de Mercúrio, que rege a comunicação.

As *fake news* divulgadas durante os primeiros 6 meses da pandemia de COVID-19 no Brasil se caracterizaram por conteúdos de posicionamento político e desinformação sobre número de casos e óbitos e medidas de prevenção e de tratamento. Os principais veículos de divulgação foram o WhatsApp e o Facebook, com utilização de mensagens, imagens e vídeos, tendo maior alcance nas regiões Sudeste e Nordeste do país (Barcelos *et al.*, 2021, p. 1).

A falha na comunicação já é um problema em si, mas quando chega a um nível que compromete a saúde mundial, torna-se um risco à vida, visto que pode “prejudicar a eficácia de programas, campanhas e iniciativas que visam à saúde e ao bem-estar” (BARCELOS *et al.*, 2021, p. 2). No mesmo período, houve diversas trocas de ministros da saúde. Luiz Henrique Mandetta e Nelson Teich, os dois primeiros ministros da gestão Bolsonaro, deixaram o cargo por discordarem da maneira com que o presidente queria atuar diante da crise de saúde global. Eduardo Pazuello, por sua vez, foi substituído por Marcelo Queiroga. Tais mudanças criaram um atrito entre a população, que ficou sem saber em quem acreditar.

25

Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53907/v45e652021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

O artigo Além da Covid-19, Enfrentamos Outra Epidemia: a de Fake News, divulgado, em fevereiro de 2022, pelo Instituto Butantan, para combater as *fake news* da pandemia, relembra a disseminação de informações falsas que resultou na Revolta da Vacina, no século passado:

No início do século 20, no episódio conhecido como Revolta da Vacina, dezenas de pessoas morreram em consequência de um confronto que teve como base a propagação de notícias falsas de que as vacinas causavam mal às pessoas. Outra *fake news* famosa começou no início deste século, quando o médico britânico Andrew Wakefield publicou um artigo científico relacionando a vacina tríplice viral (para sarampo, caxumba e rubéola) ao autismo. Mais tarde descobriu-se que o médico havia sido pago para propagar as informações falsas por advogados interessados em mover ações contra indústrias farmacêuticas. Mesmo depois de tanto tempo, as *fake news* continuam existindo, e pior, são cada vez mais numerosas!²⁶

O termo *fake news*, traduzido para o português como notícia falsa, ganhou notoriedade mundial durante a eleição presidencial de Donald Trump, mas não está restrito ao cenário político, pelo contrário, devido à popularidade e ao imediatismo das redes sociais, o tema alcançou outras proporções. “Não é possível pensar o fenômeno de circulação de informações falsas sem pensar também no ambiente informativo em que este fenômeno se proliferou” (BRISOLA; BEZERRA, 2018, p. 3319).

A desinformação tem raízes profundas na história da humanidade. Desde os primórdios, as informações são sinônimos de poder e de controle. Nas civilizações antigas, governantes, muitas vezes, manipulavam narrativas para se consolidarem como líderes. A Primeira e Segunda Guerra Mundial também fizeram uso tático da desinformação para influenciar a opinião pública e minar a moral do inimigo.²⁷ Outro grande problema é a quantidade de informação. Isto é, devido ao volume de notícias que a população tem acesso, o ato de pensar fica exaustivo e, conseqüentemente, deixa de ser funcional. “O poder dos meios de comunicação e sua influência na opinião pública estão esvaziando de sentido a democracia” (SERRANO, 2010, p.10).

²⁶

Disponível

em:

<https://butantan.gov.br/bubutantan/alem-da-covid-19-enfrentamos-outra-epidemia-a-de-fake-news--saiba-como-se-proteger-desse-%E2%80%9Cvirus%E2%80%9D>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

²⁷ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

Na pandemia, alguns países tentaram contornar a desinformação. Foi o caso da África do Sul, que publicou no Diário Oficial uma série de leis proibindo a divulgação de *fake news* durante a crise de saúde global.²⁸ Um dos textos publicados, informava:

Qualquer pessoa que publique declarações, em qualquer meio, incluindo mídias sociais, com a intenção de abusar de outras pessoas sobre a Covid-19 (...) será culpada de um crime e está sujeita a uma multa, uma penalidade de prisão de até seis meses ou ambos (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2020, n.p).

Além da África do Sul, outros países, como Emirados Árabes Unidos, Tailândia e Malásia, criaram regulamentações²⁹ específicas contra as *fake news*, que perpetuam até hoje, no pós-pandemia. Atualmente, no Brasil, produzir e disseminar notícias falsas não constitui um crime específico, mas pode ser configurado a outras infrações, como crimes de racismo, homofobia ou contra a honra (calúnia, difamação e injúria). O Projeto de Lei das *Fake News*, em discussão na Câmara dos Deputados, propõe uma nova classificação para essa prática, focando, especialmente, em punições quanto à disseminação, em larga escala, de conteúdo falso.

O projeto criminaliza “promover ou financiar, pessoalmente ou por meio de terceiros” mediante contas automatizadas ou outros canais de comunicação, “a disseminação em massa de mensagens que contenham fato que sabe inverídico que seja capaz de comprometer a higidez do processo eleitoral ou que possa causar dano à integridade física e seja passível de sanção criminal”, com uma pena proposta de um a três anos de prisão e multa.

A pesquisa A Cara da Democracia, realizada entre 22 e 29 de agosto de 2023 pelo Instituto da Democracia (IDDC-INCT), mostrou que 36% dos brasileiros indicam a imprensa tradicional como principal responsável pela divulgação de notícias falsas. O número é potencializado por apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL), visto que, ao todo, 45% dos eleitores simpatizantes de Bolsonaro apontaram a imprensa tradicional como principal disseminadora³⁰. Os dados expressivos são resultados dos ataques sistemáticos feitos por Jair

²⁸ Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/mundo/2020/03/africa-do-sul-vai-prender-ate-seis-meses-quem-divulgar-fake-news-sob.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

²⁹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/04/numero-de-paises-com-regulacao-contr-fake-news-dispara-durante-a-pandemia.shtml>. Acesso em: 19 de novembro de 2023.

³⁰ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/pulso/post/2023/09/pl-das-fake-news-metade-dos-brasileiros-acha-vital-projeto-p-unir-quem-cria-noticias-falsas-19percent-falam-em-culpabilizar-big-techs.ghtml>. Acesso em: 19 de novembro de 2023.

Bolsonaro à imprensa e aos jornalistas. Um levantamento da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, Abraji, apresentou 157 episódios de agressão verbal a jornalistas, nos sete primeiros meses de 2022, envolvendo membros da família Bolsonaro, que inclui o ex-presidente e seus filhos com cargos políticos.

3.2. A controvérsia nas plataformas

O X, antigo Twitter, foi criado em 2006 como uma plataforma de *microblogging*. Com milhares de usuários ao redor do mundo, sua principal característica é o número de caracteres permitido para cada mensagem, não podendo ultrapassar 280 caracteres. Vale lembrar que, depois da compra do Twitter pelo empresário Elon Musk, a plataforma segue sofrendo alterações. Mas, basicamente, ao realizar a inscrição na rede, o usuário pode começar a seguir ou ser seguido por outros usuários, e a interação ocorre de quatro formas: 1) publicar uma mensagem na rede; 2) *retweetar* alguma mensagem, sem ou com comentário; 3) interagir com as respostas dos *tweets* alheios e 4) curtir as publicações. Quando um *tweet* recebe muitas curtidas, salvamentos e *retweets*, ele pode viralizar e se tornar um assunto destaque na plataforma. Em Fake news, Verdade e Mentira Sob a Ótica de Jair Bolsonaro no Twitter, Janaisa Martis Viscardi fala sobre o formato de conversa da plataforma:

Se, em seu nascimento, a ideia central era criar uma ferramenta de troca de mensagens escritas alternativa ao já em declínio SMS, a alta popularidade da rede ampliou seu uso e levou a uma grande diversidade de estilos de escrita e de formato de conteúdo das mensagens. É possível, hoje, não só compartilhar textos escritos – nos mais variados registros – mas também vídeos, memes e fotografias, transformando a plataforma em uma mídia de caráter multimodal (VISCARDI, 2020, p. 1140).

Os temas discutidos no X são os mais variados possíveis, desde política até entretenimento. E, por isso, é tão atrativo: as pessoas se sentem livres para postarem o que querem, como se fosse um grande grupo no WhatsApp entre os amigos. Nesse sentido, a similaridade com o WhatsApp também aparece quanto à disseminação de *fake news*. Em março de 2020, em meio à pandemia do coronavírus, a plataforma excluiu um *tweet* do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro, alegando que “expandiu regras para abranger conteúdos que forem eventualmente contra informações de saúde pública orientadas por fontes oficiais e possam colocar as pessoas em maior risco de transmitir Covid-19”.

Para a plataforma, contudo, moderar comentários e/ou definir o que são as mensagens abusivas e aplicar regras rígidas de maneira mais constante parece “complexo”, em função do extensivo volume de interações, da importância política e comercial que adquiriram ao longo dos anos (e consequentes dinâmicas que derivam dela) e da própria arquitetura da rede. Ferramentas vêm sendo empregadas para permitir que os próprios usuários denunciem conteúdos, mas essas medidas não impedem necessariamente que conteúdos violentos, abusivos, que propaguem preconceitos ou *fake news* circulem pela rede (VISCARDI, 2020, p. 1140).

A polarização política refletiu-se no X com políticos utilizando a plataforma para expressar opiniões divergentes sobre as medidas de combate à COVID-19, muitas vezes, levando a debates acalorados, como foi o caso de Bolsonaro. Além disso, a viralização de hashtags específicas relacionadas à pandemia permitiu que políticos consolidassem apoio ou críticas, criando um espaço digital onde as opiniões eram amplificadas. Vale lembrar que, muitos desses momentos, coincidiram com a retrogradação dos planetas citados.

Segundo uma reportagem da Abraji, de janeiro de 2020 à data de publicação do conteúdo, setembro de 2021, o ex-presidente publicou cerca de 4.120 textos com até 280 caracteres, acompanhados, com uma certa frequência, por artes e vídeos. Ainda, de acordo com a pesquisa, 98,6% das postagens visam a divulgar ações do governo, pronunciamentos, mobilizar apoiadores ou promover outros canais de comunicação.

Em 29.jul.2021, a Abraji entrou com mandado de segurança no Supremo Tribunal Federal (STF) para que Bolsonaro seja proibido de bloquear jornalistas em sua conta no Twitter. A ação destaca que o presidente utiliza as redes sociais para promover ações do poder público como construção de obras, processos de desburocratização, monitoramento da pandemia de covid-19 e até mesmo a nomeação de ministros. O atual levantamento aponta 2.804 tweets com este fim nos últimos 633 dias.³¹

Para piorar, Bolsonaro se mostrou intolerante à imprensa durante a crise de saúde. O bloqueio de perfis de jornalistas por parte do ex-presidente em meio à pandemia gerou controvérsias, levantando questões sobre liberdade de imprensa e transparência. Alguns argumentam que isso pode minar a prestação de contas e o acesso à informação, enquanto outros defendem a prerrogativa do ex-presidente de gerenciar suas redes sociais. Essas ações destacam a tensão entre líderes políticos e a mídia, alimentando debates sobre democracia e liberdade de expressão no contexto brasileiro.

³¹ Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/mais-de-98-dos-tweets-do-presidente-sao-de-interesse-publico>. Acesso em: 03 de dezembro de 2023.

Figura 3: Discurso

Fonte: O GLOBO³²

Ainda em *As Palavras e as Coisas*, Foucault explora a dimensão política da linguagem ao analisar como as palavras são empregadas nos discursos políticos a fim de ratificar o poder. O autor evidencia que as palavras não expressam apenas ideias, mas, também, estratégias de controle e de dominação. Nesse sentido, a perspectiva de Foucault destaca a importância evidenciar os jogos de linguagem que sustentam as estruturas de poder.

³²

Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/entenda-as-23-acusacoes-esperadas-pelo-governo-bolsonaro-na-cpi-da-covid-19-24987365>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

4. Diretamente das redes

Na busca de um entendimento maior sobre o futuro, o consumo de conteúdos astrológicos aumentou na pandemia. É o que aponta um artigo do economista Gustavo Tavares. Com mais tempo livre, outras distrações foram eliminadas, e as pessoas voltaram a atenção para si mesmas. “A astrologia é uma ferramenta para autoconhecimento, então, convivendo consigo mesmo, muitas pessoas perceberam que estava o caos dentro delas”, afirma Tavares³³. Ou seja, em momentos de reavaliações, as pessoas tendem a buscar o autoconhecimento, e não é à toa que as sessões de psicoterapia também tiveram bastante procura na mesma época.³⁴

A pandemia trouxe à tona questões existenciais e emocionais, e a astrologia nas redes sociais tem se destacado ao oferecer interpretações simbólicas que ajudam as pessoas a dar sentido às suas experiências. Nesse contexto, a internet possibilitou uma nova forma de acessar e consumir a astrologia, que, antes dela, era restrita às revistas e aos jornais físicos. Com o surgimento dos blogs, os astrólogos passaram a popularizar o conteúdo astrológico. Além disso, ficou mais fácil ter conhecimento do próprio mapa astral, visto que sites, como Astrolink e Personare, os mais famosos sobre o tema, oferecem a criação do mapa pessoal, bem como outras funcionalidades. Juntamente, as redes sociais ampliaram o acesso à astrologia. Em poucos minutos em plataformas como Instagram, Facebook, X (antigo Twitter) e TikTok, o usuário se depara com os mais variados conteúdos astrológicos, dos memes às previsões diárias.

Desde o pioneiro Orkut foram criados grupos para falar sobre astrologia e esclarecer dúvidas dos interessados. Foi a primeira aproximação entre astrólogos e destes com o seu público, o que permitiu retomar as conversas sobre o tema, ainda que no mundo virtual. O processo se intensificou de forma surpreendente e ganhou novo formato com o Twitter e o Facebook (KUNSCH *et al.*, 2014, p. 45).

No Brasil, o Astrolink se destaca como um dos aplicativos líderes em conteúdo sobre astrologia desde o seu lançamento, em fevereiro de 2019. Com mais de 1 milhão de downloads, a plataforma oferece um mapa astral completo e horóscopo diário personalizado, além de disponibilizar conteúdos gratuitos. O aplicativo também apresenta opções de

³³ Disponível em: <https://jornalismosp.espm.edu.br/aumenta-procura-por-astrologia-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 03 de dezembro de 2023.

³⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2022/04/pandemia-levou-a-aumento-na-busca-por-terapia-e-lotu-agendas.shtml>. Acesso em 30 de novembro de 2023.

assinatura, incluindo um plano mensal por R\$ 19,90. As assinaturas proporcionam aos usuários acesso a informações como ciclo lunar, previsões de trânsitos astrológicos futuros e análises de compatibilidade amorosa com base em outros mapas astrais.

Durante séculos, em países não ocidentais, como Índia e China, a astrologia desempenhou um papel importante em informar como as pessoas pensam sobre o lugar delas no mundo. No entanto, ela recentemente ganhou maior força no ocidente, à medida que as pessoas recorrem cada vez mais à orientação das estrelas em redes sociais. De aplicativos de horóscopo diário passando por memes e astrólogos influencers e até artigos sobre como se vestir ou praticar o autocuidado de acordo com o seu signo, a astrologia entrou de vez no mainstream, permeando quase todas as facetas da cultura popular.³⁵

Os astrólogos passaram a usar as redes sociais para divulgarem o seu trabalho, e a relação entre eles e o público se intensificou, visto que “a linguagem mais simples e ao mesmo tempo objetiva e profunda faz com que as pessoas se sintam mais à vontade com o tema” (KUNSCH *et al.*, 2014, p. 46). Isso acontece porque o ambiente das redes sociais é menos formal, permitindo que as pessoas sejam mais livres na hora de interagir, afinal, elas estão ali para o entretenimento ou, como aconteceu na pandemia do coronavírus, em busca de informações e de autoconhecimento. Nesse sentido, durante a crise de saúde global, a interação entre usuário e influenciador, aqui representada pelos astrólogos, se fortaleceu³⁶.

Desse modo, as redes sociais permitiram que o Céu se tornasse novamente centro de rodas de conversa, retomando o diálogo que os antigos tinham com o cosmos. Nesse contexto, Edgar Morin (2008, p. 37) nos lembra que “habitamos neste universo que é também uma história de quem somos”. Morin compreende que “o céu-cosmo é ressonância de questões imemoriais” (KUNSCH *et al.*, 2014, p. 48).

As redes sociais proporcionaram um marketing digital, elevando, assim, o número de clientes dos astrólogos. Essa convivência, entre público e astrólogo, humanizou a profissão e permitiu agregar pessoas, principalmente na pandemia. Assim, a internet possibilitou que pessoas de diferentes partes do mundo se conectem e discutam suas experiências astrológicas. Os memes, por exemplo, tornaram-se uma forma de expressão cultural, unindo comunidades e gerando um senso de identidade compartilhada entre os admiradores da astrologia.

³⁵

Disponível

em:

<https://vogue.globo.com/Horoscopo/noticia/2021/03/por-que-todos-estao-tao-obcecados-com-astrologia.html>.

Acesso em: 09 de dezembro de 2023.

³⁶ Disponível em: <https://jornalismosp.espm.edu.br/aumenta-procura-por-astrologia-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 20 de novembro de 2023.

Em *Sociedade em Rede*, Castells destaca que atividades econômicas, sociais, políticas e culturais estão sendo estruturadas pela internet. “A influência das redes baseadas na internet vai além do número de seus usuários: diz respeito também à qualidade do uso (CASTELLS, 1999, p. 8).” O autor também ressalta o fato das redes de comunicação, em especial a internet, terem se tornado não apenas um meio de comunicação, mas a própria infraestrutura da sociedade contemporânea. Ele argumenta que as redes são a essência organizacional da sociedade em todos os seus aspectos, desde a economia até a cultura e o poder político. Nesse sentido, as redes sociais têm sido um catalisador para a criação de comunidades astrológicas on-line, onde as pessoas podem trocar experiências, fazer perguntas e buscar aconselhamento. Essas comunidades oferecem um espaço exclusivo para indivíduos com interesses comuns compartilharem sua paixão pela astrologia.

Definitivamente, as explicações para essa tendência são múltiplas e complexas. Estamos falando de uma geração que cresceu em um entorno líquido, com uma cultura moldada pelas redes sociais e um elevado grau de insatisfação com uma sociedade que só valoriza respostas tecnológicas (GAZETA DO POVO, 2023, n.p).

Segundo o *Google Trends*, as buscas por termos como mapa astral triplicaram durante 2020 e 2021, e, conseqüentemente, o número de perfis dedicados à astrologia cresceu. A página *Astroloucamente*, uma das mais famosas sobre o assunto no Instagram, conta, atualmente, com mais de quatro milhões de seguidores. Na plataforma X, perfis como @bruxadaluatarot - 124.987 mil seguidores, @tarotdothi - 35.838 mil seguidores, e @selenitarot - 28.244 mil seguidores, publicam previsões diárias para cada signo, criando, de certa forma, um hábito de consumo desses conteúdos entre os internautas.

Só nos Estados Unidos, as buscas por “cartas de tarô” e “como ler as cartas do tarô” experimentaram um aumento de 50% em 2020 se comparadas a 2019, e a Forbes informou no início da pandemia que as leituras sobrenaturais haviam crescido 136% durante as primeiras semanas da quarentena (GAZETA DO POVO, 2023, n.p).

Se a televisão ainda é o modo predominante de comunicação, caracterizado como um meio de comunicação de massa (CASTELLS, 1999, p. 416), e, por conta disso, permitiu que a astrologia, assim como outros temas, fosse apresentada ao grande público, a internet transformou a mídia e a comunicação, sendo um “meio de comunicação interativo universal” (CASTELLS, 1999, p. 417).

Na contemporaneidade, os signos do zodíaco se tornaram parte da linguagem cotidiana, moldando a forma como as pessoas se comunicam. Isso aconteceu devido à fusão da astrologia com a cultura pop, que contribuiu para a sua permanência na mídia. A astrologia está nas músicas, nos filmes, nas séries, na moda, na literatura e no empreendedorismo. E isso tem refletido na cultura e no modo de agir dos indivíduos. Algumas pessoas usam o misticismo ao tomar decisões importantes, como iniciar relacionamentos, mudanças de carreiras ou investimentos.

Ao examinar diversos meios de comunicação e as narrativas astrológicas neles presentes, fica evidente que a astrologia sempre procurou se difundir, adaptando suas narrativas a cada plataforma. A mídia, por sua vez, não apenas proporcionou espaço, mas também demonstrou interesse em veicular a astrologia, reconhecendo-a como um atrativo que gera audiências. A capacidade das narrativas astrológicas em criar ritmo e ritual contribui para seu apelo, sendo um tema contínuo que narra a trajetória humana. Além disso, a astrologia, ao evocar mitologia e o imaginário, desperta o interesse do indivíduo em reconectar com um passado em que a relação entre o homem e os cosmos era mais intrínseca.

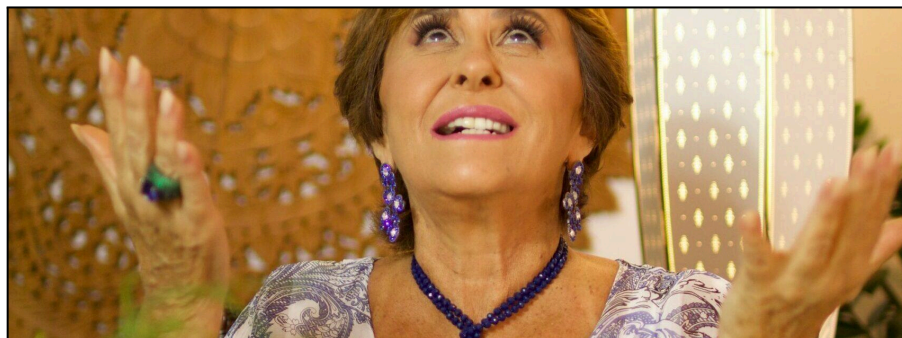
Em *Mitologias*, Barthes também explora como os elementos da cultura contemporânea se tornam carregados de significados simbólicos e como esses símbolos podem influenciar a percepção e compreensão da realidade. Ele examina como os signos e os mitos são construídos na linguagem e na cultura, oferecendo uma análise crítica dos aspectos ideológicos presentes em diversas formas de comunicação. Para o autor, “a astrologia é, antes de mais nada, uma escola da força de vontade” (BARTHES, 1997, p. 169).

Mas o que se deve estabelecer solidamente desde o início é que o mito é um sistema de comunicação, uma mensagem. Eis por que não poderia ser um objeto, um conceito ou uma ideia: ele é um modo de significação, uma forma. Será necessário, mais tarde, impor a essa forma limites históricos, condições de funcionamento, reinvestindo nela a sociedade: isso não impede que seja necessário descrevê-la de início como uma forma (BARTHES, 1997, p. 199).

À medida que as plataformas sociais continuam a evoluir, é provável que a astrologia também se transforme, encontrando novas formas de se conectar com o público em constante mudança. Para se ter uma ideia, “no TikTok, há mais de 2,4 bilhões de publicações com a

hashtag #tarottok, e alguns aplicativos de encontros, como Bumble, permitem que seus usuários filtrem suas buscas pelo signo do zodiaco”.³⁷

Figura 4: Márcia Sensitiva



Fonte: Jornal de Brasília³⁸

“Para de ser doida!”. “Vai com Deus, meu chapa! Próximo!”. “Voa, cara, voa!”. São alguns dos conselhos que os seguidores (mais de sete milhões) da Márcia Fernandes recebem em suas redes sociais. A astróloga faz previsões e fala sobre o mundo místico no rádio e na televisão desde a década de 90. Nos últimos anos, com frases explosivas e bem diretas, colecionou milhões de seguidores na internet. A mediunidade seria herança de família, uma vez que seu pai e sua avó eram praticantes da doutrina espírita, e, por conta disso, aos cinco anos, a numeróloga já participava de sessões da religião.

Benzedeiras, curandeiros, cartomantes, clarividentes e astrólogos ainda são consultados, apesar do racionalismo e dos progressos da ciência, que se transformou em um guia para as explicações do mundo. Mas é no imaginário que as superstições e as fantasias sobre o futuro sobrevivem, e aí está o espaço da crença popular na Astrologia, que, como comprovam várias pesquisas, faz parte da cultura da modernidade (RAMOS, 2002, p. 1).

Assim como Márcia, outras famosas no mundo místico, como a astromante Luiza Saraiva e a astróloga Claudia Lisboa também fazem sucesso na internet. Suas análises detalhadas e interpretações perspicazes cativam um público diversificado, permitindo que pessoas de diferentes origens e experiências se conectem com a astrologia de maneiras

³⁷

Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/so-um-pisciano-faria-uma-coisa-dessas-a-espiritualidade-esoterica-da-geracao-z/>. Acesso em: 28 de novembro de 2023.

³⁸

Disponível em: <https://jornaldebrasil.com.br/blogs-e-colunas/marcelo-chaves/sensitiva-marcia-fernandes-revela-as-suas-previsoes-para-o-proximo-ano/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

significativas. Elas desempenham um papel fundamental na construção de uma comunidade global que valoriza a autoexploração, o entendimento interpessoal e a conexão espiritual em um mundo cada vez mais interconectado e digital.

4.1. O perfil de uma bruxa influenciadora

Interior do Rio Grande do Sul. Pelotas. Moradores, em sua maioria católicos, evangélicos ou kardecistas. Furando a bolha, tem a pequena Luiza Saraiva. No meio do centro espírita frequentado pela família, ela solta: “Eu não acredito no Deus de vocês”³⁹ (SARAIVA, 2022). Aquilo virou comentário na cidade inteira. O quarto da menina de 9 anos, que era compartilhado com a sua coleção de bruxinhas, foi destruído pela mãe. Todos os livros, revistas e objetos que, de alguma forma, lembravam feitiçaria foram parar no lixo.

A Bruxa Onilda, *As Trigêmeas*, *O Rei Leão* e *Dom Quixote* foram obras que despertaram o interesse da canceriana para o universo místico, para a literatura e, como a própria fala, “para a construção de caráter”⁴⁰ (SARAIVA, 2022). Quando pequena, a jovem era vista como diferente das demais crianças pelos pais. “Eu era uma criança muito estranha. Aprendi a ler e a escrever sozinha, foi uma coisa meio precoce, então a família já ficou achando que eu seria um prodígio”⁴¹ (SARAIVA, 2022), recorda, com um sorriso no rosto. Por conta das altas expectativas em relação ao futuro, Lua, como alguns conhecidos a chamam, não teve muito apoio dos familiares para seguir o seu grande sonho: ser escritora e psicóloga. Segundo eles, não eram profissões bem remuneradas.

A menina acabou se formando em Jornalismo, mas, antes, começou a estudar Direito. Quando viu que não era a sua “praia”, desistiu. Começou ainda o mestrado em Engenharia da Computação e, nessa fase, viu o quanto a área acadêmica é competitiva. “Uma mulher que não é engenheira da computação, num mestrado onde só tem homem, é complicado! Eu não via um suporte para mim”⁴² (SARAIVA, 2022), relembra. “Tudo que eles tinham que estudar, que eles viram na faculdade, eu tinha que estudar o triplo, então acabou que, por opção, eu resolvi me dedicar ao marketing (SARAIVA, 2022).”⁴³

³⁹ Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

⁴⁰ Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

⁴¹ Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

⁴² Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

⁴³ Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

Ao desistir do mestrado em razão de uma depressão, Luiza se viu “quebrada” financeiramente. Antes da pandemia começar, a jornalista ganhava uma renda extra corrigindo trabalhos acadêmicos de outras pessoas, mas, assim como no resto do mundo, por conta do coronavírus, as aulas paralisaram. Morando na casa dos avós, aquele não parecia o trilho que Lua queria seguir. Foi aí que, por incentivo de uma amiga, decidiu trabalhar com cartas. “Uma amiga me disse — ‘por que tu não ganha dinheiro com o que você sabe fazer?’, eu pensei — ‘o que eu sei fazer?’, ela — ‘joga cartas!’”⁴⁴ (SARAIVA, 2022), conta, em tom humorado. A gaúcha, então, começou a cobrar pelos seus trabalhos, dentre eles, criação de mapa astral, leitura de cartas e ritualística

As coisas começaram a melhorar. Da casa dos avós para um quarto numa pensão. Do quarto na pensão para uma kitnet. Da kitnet para um apartamento alugado. O que antes era só um hobby, passou a ser a sua principal fonte de renda. Os perfis (@bruxadaluatarot) da gaúcha no Instagram e no Twitter somam, atualmente, quase 150 mil seguidores. Neles, Luiza compartilha dicas sobre astrologia, mandalas e tarot. Depois do episódio no centro espírita quando criança, Luiza foi proibida de falar a palavra bruxa dentro de casa. E, por isso, até pouco tempo, ela não tinha contado para a família que trabalhava com cartas e com astrologia. Para eles, a jornalista ainda vivia do trabalho na área de marketing.

Entre as histórias mais extraordinárias que chegaram para a astróloga e taróloga, está a de uma mulher que queria saber sobre um possível caso extraconjugal do marido. Luiza não só descobriu a traição, como também conseguiu ver que ele tinha uma família paralela à oficial. A dica da bruxa foi: “Vai investigar, pelo amor de Deus!”⁴⁵ (SARAIVA, 2022). Um tempo depois, a cliente confirmou a veracidade da leitura. “Normalmente, a minha margem de erro é zero vírgula alguma coisinha”⁴⁶ (SARAIVA, 2022), ressalta a canceriana. Lua, hoje com 31 anos, atendendo ao seu sonho de criança, está escrevendo um livro de crônicas. Com o patenteamento, as redes sociais cresceram, fazendo com que a jovem saísse de uma mera “continha de Twitter” para uma Simples Nacional⁴⁷, tornando-se uma empresária no mundo místico.

⁴⁴ Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

⁴⁵ Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

⁴⁶ Entrevista concedida à autora. Por chamada de vídeo. 16 de janeiro de 2022.

⁴⁷ Disponível em: <https://portal.fazenda.sp.gov.br/servicos/simples>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

4.2. Astro branding

O fenômeno astro branding também se destaca, com empresas integrando a astrologia em suas campanhas. É o caso da Inspires, marca paulistana de cosméticos, que tem a astrologia como inspiração para combinar bálsamos. Alegria, calma e equilíbrio são algumas das sensações que seus hidratantes seriam capazes de despertar⁴⁸. Em uma reportagem produzida pela Folha de S. Paulo, a professora de semiótica Clotilde Perez, da Escola de Comunicação e Artes da USP, diz que cosméticos, maquiagens e acessórios são beneficiados pelas narrativas que trazem o etéreo e o místico, visto que eles têm uma ligação direta com o bem-estar.

No mesmo texto, Marcelo Boschi, coordenador de pós-marketing da ESPM-Rio, afirma que muitos empreendedores transformam suas crenças e valores em pretextos para venda, colocando no negócio aquilo em que acredita. Outras marcas, como Farm, Risqué, C&A e Riachuelo, também já introduziram o tema em suas coleções. Isso cria uma conexão mais profunda com os seguidores da marca, que podem sentir uma identificação pessoal com os traços atribuídos aos signos do zodíaco.

O indivíduo é um ser dinâmico. Suas reações, seus motivos para comprar dependem sobretudo de fatores internos, isto é, seus desejos, os quais são a expressão consciente das necessidades. Não é a imposição pura e simples do estímulo que o fará agir, mas sim a capacidade do objeto em satisfazer (isto é, dar solução) a uma necessidade que ele tenha (SANT'ANNA, 2002, p. 88).

Em janeiro de 2021, a Dior, empresa francesa, lançou uma coleção de vestidos de alta-costura inspirados no baralho de tarô. “As empresas maiores conseguem antecipar essas tendências de maneira privilegiada”, afirmou Perez, da USP, em entrevista à Folha de S. Paulo. Segundo a professora, lançamentos como o da Dior inspiram outras marcas pequenas, criando, de certa forma, um efeito manada. Mayara Cristina Passadori, em sua pesquisa *Astrologia e Marketing: Análise das Campanhas de Astrologia da Marca Farm Destinadas para os Millennials*, fala sobre o sentimento de exclusividade do público quanto aos produtos personalizados pelas marcas:

48

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/amp/mpme/2022/07/astrologia-inspira-colecoes-de-roupas-perfumes-e-acessorios.shtml>. Acesso em: 28 de novembro de 2023.

É possível perceber que cada marca possui um tipo de produto, um tipo de divulgação e um público-alvo específico, mas o fator que os unem são a apreciação pelo tema. Consumir produtos relacionados aos signos astrológicos significa consumir produtos personalizados, além de retratar traços de sua personalidade, uma vez que a tendência é de o indivíduo consumir o produto relacionado ao seu próprio signo. O uso destes produtos reflete o gosto dos consumidores pela astrologia, além de ser uma ferramenta estratégica de marketing para conectar as pessoas e as marcas (PASSADORI, 2022, p. 18).

Diversos estudiosos analisaram mitologia e simbolismo como ferramentas para decifrar o comportamento humano. Alguns, particularmente no âmbito da publicidade, reconheceram a relevância de evocar formas primordiais para estabelecer associações inconscientes entre o consumidor e o produto, serviço ou ideia promovidos. Esse método já é empregado pelos publicitários na concepção de campanhas, aproveitando elementos que ressoam com as experiências fundamentais da existência.

No livro *Sistema da Moda*, Barthes explora como as roupas e acessórios são mais que simples utilidades, tornando-se símbolos que comunicam mensagens sobre status, identidade e valores culturais. Ele explica como a moda é uma linguagem complexa, cheia de códigos e significados que vão além da funcionalidade prática das roupas. Barthes utiliza a semiologia para desvendar as camadas de significado subjacentes a objetos e práticas aparentemente mundanas, oferecendo insights sobre como a cultura moderna constrói seus próprios mitos por meio da linguagem.

Ao passar para a comunicação escrita, a Moda se torna objeto cultura autônomo, provido de uma estrutura original e, provavelmente, de uma nova finalidade; as funções sociais, ordinariamente atribuídas à moda indumentária, são substituídas ou complementadas por outras funções que, análogas às funções de toda a literatura, podem ser resumidas em poucas palavras, dizendo-se que, por meio da língua que dela se encarrega, a Moda se transforma em narrativa (BARTHES, 2009, p. 407).

Uma das influenciadoras que mais se destacam na área de cosméticos é a empresária Bianca Andrade, dona da holding Boca Rosa Company, que usa, nas redes sociais de suas marcas, a astrologia como atrativo. As postagens, estilo carrossel, recebem títulos como “Quem é você segundo o seu signo?” e sugerem personagens de séries para representarem as características de cada signo. Em um dos vídeos do seu canal no YouTube, a influenciadora fala sobre o processo criativo de suas marcas:

Eu sempre falo que o que me despertou foi observar os bastidores das campanhas que protagonizava [...] Eu ficava observando tudo, o conceito da

campanha, o porquê das cores e aquilo me impressionava muito. E uma vez eu pensei: Eu queria muito ter muito um projeto assim para o Boca Rosa. [...] Eu fui começando a fazer meus próprios relacionamentos e concretizar isso.⁴⁹

Há uma característica nesse novo boom do misticismo: a profundidade do conhecimento. Diferentemente da superficialidade anterior. A geração *millennials* e a geração Z não se contentam mais com informações básicas sobre seus signos solares ou previsões diárias simplistas. Agora, a conversa envolve termos como “mapa astral”, declarações como “minha Vênus é em Libra”, reflexões sobre “o retorno de Saturno” e até atribuições de desafios a “Mercúrio Retrógrado”. O interesse vai além das combinações zodiacais usuais, explorando nuances cósmicas mais complexas e conectando-se a elementos astronômicos para uma compreensão mais completa de si mesmos e do universo.

A essência do astro branding está na conexão simbólica entre os planetas, os signos e os aspectos astrológicos e os valores, as características e a missão da marca, podendo, assim, desenvolver os planetas como arquétipos. Isto é, a marca passa a incorporar características astrológicas relevantes à sua identidade. Essa abordagem singular não apenas diferencia a marca, como também permite que ela se conecte a um público que valoriza a espiritualidade e a influência cósmica em suas vidas.

A comunicação astrológica nas campanhas publicitárias não se trata apenas de prever o futuro, mas de criar narrativas que ressoem emocionalmente. Ao adaptar estratégias de marketing para diferentes signos, as marcas buscam não somente vender produtos, mas também construir relacionamentos duradouros com os consumidores. Em 2020, primeiro ano de pandemia e de disparo na busca por astrologia, a Skol Beats lançou a Beats Zodiac, somando quatro novos sabores à bebida, os quais representam os elementos do zodíaco, sendo eles: fogo, ar, terra e água. O produto foi criado seguindo as características mais marcantes de cada elemento. Fogo (energia e paixão), terra (estabilidade e consistência), ar (leveza e clareza) e água (instinto, sensibilidade e sentimento). Até mesmo a data de lançamento foi escolhida a partir dos aspectos astrológicos da época, como aponta Anitta, head de criatividade e inovação da Beats:

O lançamento de Beats Zodiac está marcado para o dia 11.11, uma data importante para a astrologia. É um dia místico, com abertura de um portal energético que pode gerar mudanças intensas. As bebidas estão incríveis, e assim como a data, Zodiac é cheia de mistérios, os visuais e sabores são

49

Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/videos/entrevistas/a-estrategia-de-marketing-de-bianca-andrade-boca-rosa>. Acesso em: 09 de dezembro de 2023.

muito fiéis às características de cada signo. Até quem não curte tanto astrologia vai querer entrar na brincadeira e conhecer a sua Beats Zodiac.⁵⁰

Devido ao sucesso da campanha, a Beats criou uma plataforma de relacionamento virtual, denominada Conexão Beats e inspirada nos signos do zodíaco. Nela, as pessoas se conectavam pelo signo e podiam conversar pelo *chat*, áudio e *webcam*. O aplicativo também oferecia auxílio no início da conversa com perguntas realizadas pela própria marca. Em *Astrologia na Publicidade: uma Análise da Campanha Beats Zodiac*, a publicitária Gabriela Barbosa Bastos explica o desenvolvimento do projeto.

Na busca de transformar a limitação do produto em algo maior que pudesse ser aproveitado de várias formas, a Skol Beats também investiu em parcerias para a campanha. A marca Kamaleão Color, voltada para produtos capilares, é bastante conhecida por suas máscaras de pigmentação das mais diversas cores. Em parceria com a Beats Zodiac, foram criadas máscaras de pigmentação para todos os signos do zodíaco apresentados na campanha focando na estética que eles trazem através de suas características transparecendo em cores, 31 podendo ser diluídas na água e sem álcool como descrito nas redes sociais da marca. Apesar da descontinuação da campanha pela Beats, a marca de produtos capilares continua a venda da máscara de pigmentação em seu site (BASTOS, 2022, p. 30).

Ao analisar a evolução da publicidade ao longo das décadas, observa-se que o marketing surge da necessidade de atender às demandas e proporcionar satisfação. Quanto mais próximo um produto está do indivíduo, maior é sua curiosidade e motivação para adquiri-lo. Essa proximidade gera um sentimento de acolhimento, incentivando a participação frequente do indivíduo. Nessa perspectiva, a expansão da astrologia na publicidade reflete uma tendência de aproveitar a popularidade e o interesse crescente em práticas astrológicas. Marcas e profissionais de publicidade reconhecem o apelo emocional e pessoal que a astrologia pode ter sobre os consumidores.

⁵⁰ Disponível em: <https://aloalobahia.com/fotos/anitta-lanca-bebida-inspirada-nos-elementos-do-zodiaco>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

5. Considerações finais

Neste trabalho, busquei não só trazer a astrologia como um mero aspecto do mundo místico, mas também como algo palpável. Minha pesquisa explorou aspectos astrológicos que ligam ciência, comunicação e pandemia, momento em que o mundo foi obrigado a refletir sobre temas como individualidade, vida, verdade e seus antônimos, coletivo, morte e mentira. Ao longo do primeiro capítulo, falo sobre o surgimento da astrologia por meio da junção de várias culturas, assim como os tipos de astrologia, que não se resumem à ocidental. Também explico termos complexos como quadratura, oposição, conjunção, trígono, sextil e polarizações energéticas. Quanto às críticas científicas à astrologia, vimos que em geral é direcionada aos horóscopos. Ou seja, caso a ciência quera se aprofundar na crítica, precisa considerar outras concepções, pois os próprios astrólogos criticam os horóscopos.

Ao relacionar a comunicação durante a pandemia com os momentos em que os planetas estavam retrógrados, descobri algumas coincidências, como, por exemplo, quando o país atingiu o pico de mortes na pandemia, em abril de 2021, e, nesse mesmo período, Plutão, planeta ligado à morte, entrou em retrogradação. Ou, ainda, quando o apagão das redes sociais coincidiu com a retrogradação de Mercúrio. Há, também, o raro fenômeno da retrogradação de dez planetas entre 2020 e 2022, período áureo da pandemia de coronavírus. Sugiro, portanto, um estudo mais profundo sobre essas coincidências significativas.

O trabalho permitiu constatar como a astrologia se adaptou aos meios de comunicação, como almanaques, jornais, revistas e rádio. E, agora, sobretudo, às redes sociais, que viraram palco de astrólogas influenciadoras, como foi o caso da Márcia Sensitiva, da numeróloga Cláudia Lisboa e da astromante Luiza Saraiva. Além disso, explorou o fenômeno astro branding, que tem ganhado cada vez mais espaço entre marcas famosas. Por isso, sugiro uma pesquisa com foco na relação comercial das marcas com o mundo místico e na responsabilidade das influenciadoras diante de assuntos que envolvem a mentalidade do indivíduo.

Também vimos o impacto da comunicação do governo diante da pandemia. Naquela época, o governo regente, comandado por Jair Messias Bolsonaro, contribuiu para disseminação de *fake news* em um momento de incertezas sobre a vida e o futuro. Ao longo do trabalho, explico que parte desses momentos aconteceu durante a retrogradação de alguns planetas, além de reforçar os aspectos astrológicos que coincidem com outros momentos

históricos. Por fim, sugiro um estudo mais profundo da relação entre política e astrologia. Vale ressaltar que o trabalho foi uma enorme surpresa ao levantar uma bibliografia tão rica, afinal, me deparei com autores como Theodor Adorno, Edgar Morin e Roland Barthes estudando o mundo místico e os astros.

6. Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W. **As estrelas descem à Terra: a coluna da Astrologia do Los Angeles Times – um estudo sobre superstição secundária**. São Paulo: Unesp, 2007.

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução: Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1985.

ARROYO, Stephen. **Astrologia, psicologia e os quatro elementos**. Pensamento, 2013.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 6º ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Wmf Martins Fontes, 2009.

BARCELOS, Thainá do Nascimento de; MUNIZ, Luíza Nepomuceno; DANTAS, Deborah Marinho; COTRIM, Dorival Fagundes; CAVALCANTE, João Roberto; FAERSTEIN, Eduardo. Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Rev Panam Salud Publica**, 2021.

BRISOLA, Anna; BEZERRA, Arthur Coelho. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. In: XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. **ENANCIB**. Universidade Estadual de Londrina, Paraná, 2018. Disponível em: http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX_ENANCIB/xixenancib/paper/view/1219/1636. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

BASTOS, Gabriela Barbosa. **Astrologia na publicidade: uma análise da campanha Beats Zodiac**. Monografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2022.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CONTRERA, Malena Segura. **O mito na mídia: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação**. São Paulo: Annablume, 1996.

CUBAS, Marcia Regina. **Excesso de informação é alienante?** Programa de Pós-graduação em Tecnologia em Saúde, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2020. Disponível em: <https://jhi.sbis.org.br/index.php/jhi-sbis/article/view/759/383>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

FISCHLER, Claude. **A astrologia de massa**. In: MORIN, Edgar; *et al.* **O retorno dos astrólogos**. Lisboa: Moraes, 1972.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FERNANDES, C. M.; OLIVEIRA, L. A. de; CAMPOS, M. M. de; COIMBRA, M. R. A Pós-verdade em tempos de Covid 19: o negacionismo no discurso de Jair Bolsonaro no Instagram. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. e5317, 2020. DOI: 10.18617/liinc.v16i2.5317. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5317>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

FRAUZINO, Marcela Rebello. **Estudo de caso bottega veneta: o “apagão das redes Sociais” como estratégia de comunicação digital**. Monografia (Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda). Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2022.

GARCIA, Amanda Veloso. Uma proposta de filosofia além da esfera verbal para um pensamento descolonizado. **Griot: Revista de Filosofia**, [S. l.], v. 19, n. 3, p. 211–229, 2019. DOI: 10.31977/grirfi.v19i3.1237. Disponível em: <https://www3.ufrb.edu.br/seer/index.php/griot/article/view/1237>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

JUNG, Carl. G. Sincronicidade. 18ª ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

KUNSCH, Dimas A; AZEVEDO, Guilherme; BRITO, Pedro Debs; MANSI, Viviane Regina. **Comunicação, diálogo e compreensão**. Plêiade: São Paulo, 2014.

LIMA DE ARRUDA, R. O negacionismo como artefato da pós-verdade: Bolsonaro, a pandemia e a educação. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, Boa Vista, v. 5, n. 15, p. 81–93, 2021. DOI: 10.5281/zenodo.4587656. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/259>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

MARSHALL, Peter. **Astrologia no mundo: uma visão história para entender melhor a personalidade humana**. Nova Era, 2006.

MORIN, Edgar. **Filhos do céu: entre vazio, luz e matéria**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MORIN, Edgar. DEFRANCE, Philippe; FISCHLER, Claude; PETROSSIAN, Lena. **O retorno dos astrólogos**. Lisboa: Moraes, 1972.

PETROSSIAN, Lena. **Do nascimento ao renascimento da Astrologia**. In: MORIN, Edgar; et all. **O retorno dos astrólogos**. Lisboa: Moraes, 1972.

PASSADORI, Mayara Cristina. **Astrologia e marketing: análise das campanhas de astrologia da marca Farm destinadas para o millennials**. São Paulo: Unisagrado, 2022.

RAMOS, Daniela Osvald. **Astrologia on-line: um estudo da mediação tecnológica**. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

RIBEIRO, Leonardo Schwartz. A construção dos sentidos de certeza nos horóscopos. **Revista Linguasagem**, São Carlos, 2020. Disponível em: <https://www.linguasagem.ufscar.br/index.php/linguasagem/article/view/734/424>. Acesso em 05 de dezembro de 2023.

RIBEIRO, Renato Janine. Como a astrologia se tornou junguiana. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 de novembro de 1996. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/11/17/mais!/3.html>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

REIS, Aparecido Francisco dos. **Da bio à necropolítica: a política de saúde, narrativas e ações do neoliberalismo do governo Bolsonaro e seus impactos junto aos idosos na pandemia de Covid-19**. Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rk/a/mbBrcJHZHKn565f473mqCLS/?lang=pt>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

SHELDRAKE, Rupert; FOX, Matthew. **A física dos anjos: uma visão científica e filosófica dos seres celestiais**. São Paulo: Aleph, 2008.

STUCKRAD, Kocku Von. **História da astrologia: da antiguidade aos nossos dias**. São Paulo: Globo, 2007.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria – técnica – prática**. 7 ed. São Paulo: Thomson

Pioneira, 2002.

SERRANO, P. **Desinformação: como os meios de comunicação ocultam o mundo**. Rio de Janeiro: Espalhafato, 2010.

THOMPSON, Mateus Carneiro. **As diferentes presenças do yoga**. Monografia (Graduação em Comunicação - Produção Editorial). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

VIDAL, Titi. Astrologia e narrativas do céu. **Revista eletrônica CoMtempo**, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2014/09/Ana-Cristina-Vidal-de-Castro.pdf>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.

VIDAL, Titi. **Narrativas do céu: a presença da astrologia nos meios de comunicação**. São Paulo, Faculdade Cásper Líbero, 2015.

VISCARDI, Janaisa Martins. **Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter**. Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada do Instituto de Estudos da Linguagem, UNICAMP, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tla/a/HWYM3LcW7yVtMY9ZbK8CWzs/#>. Acesso em: 05 de dezembro de 2023.