

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA, EXTENSÃO E INOVAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

Vanessa Heidemann

**PROCESSOS DE VINCULAÇÃO E REDES SOCIAIS:
UM ESTUDO SOBRE TRÊS COMUNIDADES DE ASTROLOGIA DO FACEBOOK**

**Sorocaba/SP
2019**

Vanessa Heidemann

**PROCESSOS DE VINCULAÇÃO E REDES SOCIAIS:
UM ESTUDO SOBRE TRÊS COMUNIDADES DE ASTROLOGIA DO FACEBOOK**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Monica Martinez

**Sorocaba/SP
2019**

Ficha Catalográfica

H371p Heidemann, Vanessa
Processos de vinculação e redes sociais : um estudo sobre três comunidades de astrologia do Facebook / Vanessa Heidemann. -- 2019.
98 f. : il.

Orientador: Profa. Dra. Monica Martinez.
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) -
Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2019.

1. Comunicação e Cultura. 2. Redes sociais on-line. 3.
Astrologia. I. Martinez, Monica, orient. II. Universidade de Sorocaba.
III. Título.

Vanessa Heidemann

**PROCESSOS DE VINCULAÇÃO E REDES SOCIAIS:
UM ESTUDO SOBRE TRÊS COMUNIDADES DE ASTROLOGIA DO FACEBOOK**

Dissertação aprovada como requisito parcial
para obtenção do grau de Mestre no Programa
de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura
da Universidade de Sorocaba.

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Monica Martinez
Universidade de Sorocaba

Prof. Dra. Míriam Cristina Carlos Silva
Universidade de Sorocaba

Prof. Dr. Jorge Miklos
Universidade Paulista

Aos curiosos e inquietos que buscam o levante
perante o sedar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os curiosos que nos deixaram de legado suas inquietações e descobertas, nos revelando possíveis pontes para atravessar abismos.

À Fundação Dom Aguirre, por me proporcionar uma bolsa de estudos possibilitando meu ingresso e desenvolvimento no âmbito acadêmico.

Esta pesquisa não seria possível sem a colaboração generosa de muitas pessoas. Portanto gostaria de agradecer aquelas que me acompanharam e auxiliaram durante essa jornada.

Aos colegas do Grupo de Pesquisa em Narrativas Midiáticas (NAMI/Uniso/CNPq), pelos conhecimentos compartilhados.

Aos colegas do Núcleo Granja Viana – SP da Fundação Joseph Campbell, por me acolher e resgatar algo que eu havia deixado no passado, meu encantamento pelas narrativas míticas.

À Daniela Rosa de Oliveira, Cláudia Neres de Meire Andrade e Bianca Farias da Silva, por todo auxílio com a parte burocrática. Vocês são os anjos que intercedem por todos nós.

Aos docentes do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Universidade de Sorocaba, a coordenadora Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo, Prof. Dr. Paulo Celso da Silva, Profa. Dra. Tarcyanie Cajueiro Santos, Prof. Dr. Wilton Garcia Sobrinho, Prof. Dr. José Rodrigo Paulino Fontanari.

Aos docentes com quem mantive contato direto por meio das aulas: Prof. Dr. Felipe Tavares Paes Lopes, Profa. Dra. Luciana Coutinho P. de Souza e Profa. Dra. Mara Rovida Martini. Obrigada por todo o conhecimento, paciência e carinho.

À Prof. Dra. Míriam Cristina Carlos Silva, por me receber em suas disciplinas e em sua vida, me mostrando que há sempre o poético em nosso devir.

Ao Prof. Dr. Jorge Miklos (PPGC/UNIP), por transformar oratória em oração alimentando a fé de quem escolhe o caminho acadêmico.

À minha orientadora, Profa. Dra. Monica Martinez, por ser a estrela que me guiou durante toda a jornada me levando a descobertas e tesouros que eu nem imaginava que existiam.

Aos colegas com quem dividi risos, choros e experiências, em especial à Kelly Decanini Fidelis, Maria Fernanda Cavassani, Fernanda Brunheroto, Helbert Roger Almeida, Isabella Pichiguelli, Leila Gapy e Gisele Gabriel.

Aos amigos que me incentivaram e apoiaram cada qual à sua maneira: Lígia Alípio Freitas, Lucas Fernandes de Goes Vieira, Caue Reigota Pacheco, Vitor Soriano Ferreira, Patrícia Fernandes, Priscila dos Reis, João Gabriel Lopes e Amanda Christina Macedo.

Ao meu par mais ímpar e grande amigo, Tadeu Rodrigues Iuama, que me provoca e instiga a buscar o levante.

A minha irmã Verônica Heidemann, por toda arte que exala de seus poros.

E aos meus pais, Marcos Heidemann e Rosana Maria Alves Heidemann, por me conceder a vida e auxiliar no desenvolvimento das potencialidades contidas nela.

*A vida é a arte do encontro, embora haja tanto
desencontro pela vida.*

Vinícius de Moraes

RESUMO

Este trabalho tem como tema os processos comunicacionais vinculados em páginas de astrologia da rede social *on-line Facebook*. A partir da observação das páginas *Signos da Zueira, Diva da Astrologia e Horóscopo diário* buscamos compreender de que maneira os participantes das páginas interagem, assim como de que maneira a astrologia é veiculada. Como procedimento metodológico utilizamos inicialmente a revisão de literatura para fundamentar os conceitos de comunicação, afeto, vínculo, narrativas míticas, cibercultura, comunidade e *internet* abordados no trabalho. Norval Baitello Junior, Monica Martinez, Jorge Miklos, Malena Contrera, Míriam Cristina Carlos Silva, Raquel Recuero, André Lemos, Giordano Bruno, Boris Cyrulnik, entre outros, constituem nosso corpo teórico. Para desenvolver a análise das páginas observadas, utilizamos a análise de conteúdo na perspectiva de Laurence Bardin. Aponta-se para a permanência das narrativas míticas na sociedade contemporânea, pois elas são encontradas em mídias distintas, indicando sua capacidade de agregar pessoas no âmbito *on-line*, como no caso das páginas investigadas sobre astrologia do *Facebook*.

Palavras-chave: Comunicação. Comunidades de astrologia. Redes Sociais. *Facebook*.

ABSTRACT

This work has as its theme the communicational processes linked in astrology pages of the online social network Facebook. From the observation of the Signs of the Zueira, Diva of Astrology and Daily Horoscope pages we try to understand how the participants of the pages interact, as well as how astrology is transmitted. As a methodological procedure, we initially used the literature review to support the concepts of communication, affection, bonding, mythical narratives, cyberculture, community and internet addressed in the work. Norval Baitello Junior, Monica Martinez, Jorge Miklos, Malena Contrera, Míriam Cristina Carlos Silva, Raquel Recuero, André Lemos, Giordano Bruno, Boris Cyrulnik, among others, constitute our theoretical body. To develop the analysis of the observed pages, we use content analysis from Laurence Bardin's perspective. It points to the permanence of mythical narratives in contemporary society, as they are found in different media, indicating their ability to aggregate people online, as in the case of the pages investigated on Facebook's astrology.

Keywords: Communication. Astrology Communities. Social Network. Facebook.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	O ciclo dos doze signos do Zodíaco	32
Figura 2	Formulário Caixa Econômica Federal	40
Figura 3	Página inicial da rede social <i>on-line Facebook</i>	61
Figura 4	Busca realizada no dia 13 de julho, de 2018	65
Figura 5	Informações relacionadas às páginas clicando em “sobre”	67
Figura 6	A página Diva da Astrologia	69
Figura 7	Postagem da página <i>Signos da Zueira</i>	70
Figura 8	Postagem sobre o signo de Peixes	73
Figura 9	Interação dos atores sobre a postagem	73
Figura 10	Publicações que citam mais signos	75
Figura 11	Comentários de publicações que citam mais signos	76
Figura 12	Postagem sobre Vênus em Áries, Peixes e Câncer	77
Figura 13	Interação dos atores sobre a postagem referente à Vênus	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Representação dos signos com seus elementos e polaridades	31
Quadro 2	Resultado da pesquisa para “Astrologia”	65
Quadro 3	Resultado da pesquisa para “Signos”	66
Quadro 4	Resultado da pesquisa para “Horóscopo”	66
Quadro 5	Distribuição das postagens por tema	71

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Distribuição dos assuntos abordados na pag. <i>Signos da Zueira</i>	70
Gráfico 2	Distribuição dos assuntos abordados na pag. <i>Horóscopo diário</i>	72
Gráfico 3	Participações nos comentários da página <i>Signos da Zueira</i>	74
Gráfico 4	Participações nos comentários da página <i>Diva da Astrologia</i>	78

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	NARRATIVAS MÍTICAS E NARRATIVAS ASTROLÓGICAS	17
2.1	Narrativas Míticas	17
2.2	Mitos e arquétipos	23
2.3	Narrativa mítica do céu: a astrologia	29
2.4	Astrologia nas mídias	34
3	PROCESSOS COMUNICACIONAIS	42
3.1	Comunicação e Incomunicação.....	42
3.2	Afeto e vínculo.....	48
3.3	<i>A internet</i>	55
3.4	As comunidades <i>on-line</i>	59
3.5	O <i>Facebook</i>	61
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	63
4.1	Astrologia no <i>Facebook</i>	64
4.2	Análise dos dados.....	79
5	CONSIDERAÇÕES	87
	REFERÊNCIAS	94

1 INTRODUÇÃO

As narrativas astrológicas são encontradas tanto em espaços (geográficos e midiáticos) quanto em épocas distintas no decorrer do desenvolvimento humano. Olhar para o céu e a dança dos astros é uma, entre tantas outras maneiras, que o ser humano encontrou para explicar o mundo ao seu redor.

Este trabalho surge a partir da percepção de que temas relacionados à astrologia são encontrados na sociedade contemporânea, inclusive no âmbito das redes sociais *on-line*. Por conta disso, buscamos mapear e observar fenômenos que pudessem indicar algumas causas que influenciem na permanência da astrologia em diversos âmbitos.

Com a percepção de que os atores da rede social *on-line Facebook* compartilhavam informações sobre os próprios signos zodiacais surgiu à questão que fomenta esta pesquisa: De que maneira a astrologia é veiculada na rede social *on-line Facebook*?

Historicamente a astrologia nasce com a necessidade do ser humano de compreender e ordenar a vida ao seu redor e de encontrar novos guias que os auxiliassem. Assim, “na tentativa de compreender o mundo ao seu redor, o homem buscou nos astros um mapa de símbolos que pudesse orientá-lo a agir em sua jornada” (CAFÉ, 2003).

Este trabalho compreende a astrologia enquanto narrativa mítica que ao mesmo tempo em que produz parte da cultura, também é produto cultural.

O ser humano produz suas narrativas, pois necessita compreender o mundo ao seu redor, buscando dar ordem ao caos. Perante a constatação de sua própria morte, o ser humano busca por meio dos mitos e ritos uma forma de enfrentá-la (MORIN, 1975).

Desta maneira, para os povos primevos os mitos eram considerados verdades. É a partir do desenvolvimento da Filosofia que os mitos começam a ganhar a conotação de mentira; essa ideia é reforçada séculos depois pelo desenvolvimento da racionalidade iluminista (MARTINEZ 2008).

Entretanto as narrativas míticas permanecem presentes na sociedade contemporânea, pois “em todo o mundo habitado, em todas as épocas e sob todas as circunstâncias, os mitos humanos têm florescido” (CAMPBELL, 1997, p. 15). Ainda que os símbolos míticos não possuam a mesma força na atualidade, como possuía para os povos primevos, eles podem ser encontrados diferentes narrativas e mídis. Os trabalhos das pesquisadoras Monica Martinez, Malena Contrera e Ana Cristina Vidal de Castro Ortiz apontam como as narrativas mitológicas podem ser encontradas em diferentes mídias.

Especificamente em relação à astrologia, podemos observar a sua presença em revistas, jornais, televisão, cinema, rádio, *blogs* e redes sociais *on-line*¹.

A mídia é compreendida neste trabalho sob a ótica do pesquisador alemão Harry Pross (1923-2010), para quem existem três tipos de mídias, a mídia primária, secundária e terciária. Para Pross, toda comunicação começa e termina na mídia primária, ou seja, no corpo. (BAITELLO JUNIOR, 2014).

Achamos necessário esclarecer de que maneira compreendemos o que é comunicação, pois o conceito é multifacetado. Assim, compreendemos que a comunicação está além da informação, pois quando ela ocorre transforma o indivíduo (MARCONDES FILHO, 2009).

Nesse aspecto a comunicação ocorre por meio do afeto e do vínculo. Para desenvolver os conceitos, recorreremos à Filosofia, com Martin Buber (1878-1965), Giordano Bruno (1548-1600) e Baruch Spinoza (1632-1677); à Etologia, com Frans de Waal e Boris Cyrulnik; à Sociologia, com Edgar Morin, e à Comunicação, com Norval Baitello Junior, Monica Martinez, Jorge Miklos e Malena Contrera, entre outros.

Como o *corpus* da pesquisa está inserido na *internet*² buscamos fazer um panorama sobre seu início e de que maneira ela se desenvolveu no decorrer do tempo, chegando até a cibercultura, comunidades *on-line* e o *Facebook*. A *internet* pode ser compreendida como cultura ou artefato da cultura. Se compreendida como cultura ela seria um “mundo” a parte do *off-line*, por outro lado, se compreendida como artefato cultural, ela seria “um local intersticial em que as fronteiras entre *on-line* e *off-line* são fluidas e ambos interatuam” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, p. 42, 2016).

Para desenvolver os temas relacionados à *internet*, cibercultura e redes sociais, recorreremos a pesquisadores como André Lemos, Jorge Miklos, Raquel Recuero, Manuel Castells, Suely Fragoso e Adriana Amaral.

Para compreendermos de que maneira a astrologia é veiculada no *Facebook*, realizamos uma pesquisa na rede social *on-line* utilizando as palavras chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”. A partir dos resultados optamos por usar a análise de conteúdo, na perspectiva da socióloga francesa, Laurence Bardin (2011). Desta forma chegamos a quatro categorias de análise, a) quantas páginas retornam perante a busca na rede social *on-line Facebook* ao utilizarmos as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”; b) quais

¹ O termo *on-line* será recorrente no trabalho e optamos por usar a grafia com hífen. O mesmo ocorrerá com a palavra *off-line*. Diferentes grafias serão encontradas no corpo do trabalho em decorrência das citações diretas dos pesquisadores utilizados.

² Optamos por usar o termo *internet* em letras minúsculas, pois a compreendemos como um substantivo comum e não um nome próprio. Porém no corpo do trabalho a palavra será encontrada com letra maiúscula em decorrência das citações diretas.

páginas possuem o maior número de curtidas/seguidores; c) de que maneira a astrologia é abordada nas páginas com maior número de curtidas/seguidores e d) de que maneira os atores que participam dessas páginas interagem.

2 NARRATIVAS MÍTICAS E NARRATIVAS ASTROLÓGICAS

2.1 Narrativas Míticas

A espécie humana possui como característica a busca pela compreensão do mundo ao seu redor. “O mundo do homem é o mundo do sentido. Tolerar a ambiguidade, a contradição, a loucura ou a confusão, não a carência de sentido” (PAZ, 1982, p. 23).

No princípio a árvore era o lar da espécie que viria a ser conhecida não apenas como *homo* (homem), mas também como *sapiens* (saber/conhecer). A queda das árvores coloca o ser humano em movimento, não mais entre saltos de galho em galho, mas agora de forma bípede (BAITELLO JUNIOR, 1997).

Com as solas dos pés tocando a terra e nela deixando rastros, seus olhos avistam o horizonte, onde a linha para o futuro está traçada (BAITELLO JUNIOR, 1997).

O novo mundo é o mundo das descobertas e “a descoberta requer movimento incessante. A narrativa da vida era constituída pelo movimento e pela experiência concreta do dia a dia. Cada jornada, uma narrativa tecida pelos pés” (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 34). Foi graças ao caminhar e às novas necessidades vigentes que a vocalização se transforma em fala (BAITELLO JUNIOR, 1997).

Portanto podemos dizer que o ser humano após a queda das árvores, caminha em direção ao horizonte, levanta o pó da terra deixando seu rastro, sua marca. O princípio das narrativas faz morada, primeiro no céu da boca, onde sons aos poucos se transformam em palavras, que posteriormente são legadas às tábulas, que não mais são rasas.

O novo mundo é rodeado por perigos iminentes, o ser humano passa a compreender a existência da morte. Como afirma Edgar Morin (1975), o ser humano perante a constatação de sua própria morte busca por meio dos mitos e ritos uma forma de enfrentá-la.

Para Vilém Flusser (1920-1991), o ser humano “é um animal solitário que sabe que vai morrer e que na hora de sua morte está sozinho” (2013, p. 90), portanto desenvolve artifícios para se comunicar e “esquecer a brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte” (FLUSSER, 2013, p. 90).

Como indivíduos, nascemos, vivemos e crescemos sob o impulso de órgãos que atendem, independentemente da razão, a objetivos anteriores ao pensamento, como animais, até surgir a crise que separou a humanidade e os animais: a percepção da monstruosidade desse jogo terrível que é a vida” (CAMPBELL, 2001, p. 138).

Assim, perante a insustentável certeza da finitude da vida, o ser humano cria códigos capazes de apregoar sua existência em forma de memória. A cultura nasce perante a necessidade de ordenar o mundo e passa a ser “o macrossistema comunicativo que perpassa todas as manifestações” (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 18), como o “vestir, os gestos, as artes, as danças, os rituais, a literatura, os mitos, o morar e suas formas individuais e sociais, os hábitos (ao comer, ao beber, ao cumprimentar, ao relacionar-se), as religiões, os sistemas políticos e ideológicos, os jogos e os brinquedos” (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 18).

A cultura é a (inter) relação entre os indivíduos humanos, que os permite conviver uns com os outros:

Este campo amplo recebe as contribuições e descobertas de cada indivíduo, de cada grupo social, de cada época, e as perpetua, transmitindo as informações de geração a geração, de grupo para grupo, de época a época. Suas criações têm normas próprias e independentes (e é por esta razão que ela consegue contrariar até as normas mais rígidas da vida) (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 18).

As descobertas feitas pelos indivíduos e pelos grupos sociais são transmitidas e perpetuadas por meio da construção e transmissão de narrativas.

Como afirma Walter Benjamin (1892-1940), a narrativa “conserva suas forças e depois de muito tempo ainda é capaz de se desenvolver” (1994, p. 7), pois “contar histórias sempre foi a arte de contá-las de novo” (1994, p. 8). Por meio das narrativas “narrador, espaço, personagens e tempo intrincam-se e relacionam-se com a finalidade de produzir sentido e memória” (SILVA; SANTOS, 2015, p. 1), ordenando a realidade externa e interna do ser humano.

Benjamin denomina a narrativa como uma forma artesanal de comunicação, que está além da informação ou relatório, pois “ela mergulha a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele” (BENJAMIN, 1994, p. 9).

As narrativas permeiam a vida humana e “produzem parte da cultura, assim como são produtos culturais, já que materializam singularidades perceptivas acerca dos fenômenos experimentados pelo homem, na relação com o seu meio e com o seu imaginário” (SILVA; SANTOS, 2015, p. 1).

Podemos considerar, portanto que “narrativizar significou e significa para o homem atribuir nexos e sentidos, transformando os fatos captados por sua percepção em símbolos mais ou menos complexos, vale dizer, em encadeamentos, correntes, associações de alguns ou muitos elos sígnicos” (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 37). Assim:

Este universo simbólico, “a segunda existência ou realidade” ou a “semiosfera” constitui o conjunto de informações geradas e acumuladas pelo homem ao longo dos milênios, por meio de sua capacidade imaginativa, ou seja, de narrativizar aquilo que não está explicitamente encadeado, capacidade de inventar relações, de criar textos (em qualquer linguagem disponível ao próprio homem, seja ela verbal, visual, musical, performático-gestual, olfativa) (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 37-38).

Nesta perspectiva, as narrativas míticas podem ser consideradas uma das primeiras formas que o ser humano encontrou para explicar o mundo ao seu redor. Tais narrativas possuem como característica a versatilidade, pois “antes de ser um modelo fechado, é um mapa de direções e possibilidades” (MARTINEZ, 2008, p. 51), que auxilia distintas culturas, em distintas épocas a ordenarem o aparente caos da existência.

Os mitos passam a ser compreendidos como “história viva que por meio do poder re-inaugural da *parole* é contada/cantada no momento do rito que o re-presentifica” (CONTRERA, 1996, p. 49). Assim, as narrativas míticas recontam as histórias dos primórdios, em que “o mito nos joga de encontro a uma poderosa força criativa, já que, ligado sempre às origens, o mito nos reconecta com a possibilidade de uma ação humana criativa, por meio da metáfora” (CONTRERA, 1996, p. 49).

Mircea Eliade (1907-1986) alude que “o mito é uma realidade cultural extremamente complexa, que pode ser abordada e interpretada através de perspectivas múltiplas e complementares” (ELIADE, 1998, p. 11).

Do grego *mythos*, a palavra mito possui vários significados e pode ser compreendido como uma ideia falsa, que não corresponde à realidade; uma imagem simplificada de uma pessoa ou de um acontecimento, algo inacreditável, irreal ou fantasioso. Porém pode também ser compreendido como uma narrativa transmitida entre gerações com significado simbólico, considerada verdadeira ou autêntica dentro de um grupo (FERREIRA apud MARTINEZ, 2008).

Para os povos primevos, a narrativa mítica “conta uma história sagrada” (ELIADE, 2001, p. 84), que ontologicamente fundamenta o mundo, ou seja, “é sempre a narração de uma ‘criação’: conta-se como qualquer coisa foi efetuada, começou a *ser*” (ELIADE, 2001, p. 85). Transmitida de geração em geração, essas narrativas explicavam tanto os fenômenos cosmogônicos quanto os fenômenos comuns ao ser humano, como nascimento, casamento e morte (MARTINEZ, 2008).

O mito fixa “os modelos exemplares de todos os ritos e de todas as atividades humanas significativas” (ELIADE, 2001, p. 87) e “alimenta a recordação, o culto e a presença do antepassado, a identidade coletivo-individual” (MORIN, 1975, p. 169).

Seu tempo não pertence ao das funções seculares, antes os mitos pertencem ao tempo do sagrado que “é real por excelência, ao mesmo tempo poder, eficiência, fonte de vida e fecundidade” (ELIADE, 2001, p. 31), ele denota um ato de crença. “Sem a crença na realidade de seu objeto, o mito perderia seu fundamento” (CASSIRER, 1994, p. 127).

Eliade (1998) compreende que a história do sagrado, narra como, por meio das ações dos Entes Sobrenaturais a realidade passou a existir afetando o ser humano, tornando-o um ser mortal, sexual e cultural: “o mito é considerado uma história sagrada e, portanto, uma ‘história verdadeira’, porque sempre se refere a *realidades*” (ELIADE, 1998, p. 12).

Dentro deste contexto, Eliade define cinco estruturas e funções para o mito, nas sociedades arcaicas, sendo elas:

1) constitui a História dos atos dos Entes Sobrenaturais; 2) que essa História é considerada absolutamente *verdadeira* (porque se refere à realidade) e *sagrada* (porque é obra dos Entes Sobrenaturais); 3) que o mito se refere sempre a uma “criação”, contando como algo veio à existência, ou como um padrão de comportamento de uma instituição, uma maneira de trabalhar foram estabelecidos; essa razão pela qual os mitos constituem os paradigmas de todos os atos humanos significativos; 4) que, conhecendo o mito, conhece-se a “origem” das coisas, chegando-se, conseqüentemente, a dominá-las e manipulá-las à vontade; não se trata de um conhecimento “exterior”, “abstrato, mas de um conhecimento que é “vivido” ritualmente, seja narrando cerimonialmente o mito, seja efetuando o ritual ao qual ele serve de justificação; 5) que de uma maneira ou de outra, “vive-se” o mito, no sentido de que é impregnado pelo poder sagrado e exaltante dos eventos rememorados ou reatualizados (ELIADE, 1998, p. 22).

O ser humano primevo mergulha profundamente nas águas do sentimento, “sua visão da natureza não é apenas teórica, nem simplesmente prática: é *simpática*” (CASSIRER, 1998, p. 137).

Podemos considerar que, aquele que vive o mito não busca catalogar o mundo ao seu redor em forma de retalhos. Aquele que vive o mito está, é dele e nele, pois “o verdadeiro substrato do mito não é um substrato de pensamento, mas de sentimento” (CASSIRER, 1994, p. 135), e “para o sentimento mítico e religioso a natureza torna-se uma grande sociedade, a sociedade da vida” (CASSIRER, 1994, p. 139).

Assim como Mircea Eliade, Joseph Campbell (1904-1987) também compreendeu que os mitos desenvolvem funções dentro das sociedades. Em *Temas Mitológicos na Arte e na*

Literatura Criativa (2001), afirma que a primeira função é de ordem mística ou metafísica, a segunda de ordem cosmológica, a terceira sociológica e a quarta psicológica.

Cada função possui um papel fundamental para estruturar a sociedade que vive suas narrativas míticas (CAMPBELL, 2001):

- a) Função mística ou metafísica promove a reconciliação da consciência com as condições da própria existência;
- b) A função cosmológica formula e transmite uma imagem do universo, uma imagem cosmológica paralela à ciência da época de uma espécie tal que, dentro de seu âmbito, todas as coisas deveriam ser reconhecidas como partes de um único e grande quadro do sagrado, um ícone, assim por dizer: árvores, pedras, animais, sol, lua e estrelas, tudo se abrindo ao mistério e servindo de agentes da primeira função, como veículos e mensageiros do ensinamento;
- c) A função sociológica, que valida e mantém alguma ordem social específica, endossando seu código moral como uma construção além da crítica ou emenda humana;
- d) Função psicológica ou pedagógica molda os indivíduos conforme os objetivos e ideais dos diversos grupos sociais, sustentando-os desde o nascimento até a morte, por todo o curso da vida humana.

Dentro das quatro funções, o autor defende que a função cosmológica e social foram as que mais sofreram transformações no decorrer do tempo, devido ao desenvolvimento tecnológico que marcou profundas mudanças na sociedade moderna.

No decorrer do desenvolvimento da cultura, e do ser humano em si, as narrativas míticas aos poucos começaram a perder sua característica de única forma de explicar e organizar o mundo. O mito foi “sistematizado pelos poetas Hesíodo (770-700 a. C.) e Homero (850 a. C.), as tradições mitológicas tem em Xenófanes (571-480 a. C.) seu primeiro crítico” (MARTINEZ, 2008, p. 34).

Todos sabem que, desde os tempos de Xenófanes (cerca de 565-470) – que foi o primeiro a criticar e rejeitar as expressões “mitológicas” da divindade utilizada por Homero e Hesíodo – os gregos foram despojados progressivamente o *mytos* de todo valor religioso e metafísico. Em contraposição ao *logos*, assim como posteriormente, à história, o *mytos* acabou por denotar tudo “o que não pode existir realmente”. O judeu-cristianismo, por sua vez, relegou para o campo da “falsidade” ou “ilusão” tudo o que não fosse justificado ou validado por um dos dois Testamentos (ELIADE, 1998, p. 8).

Ainda que na Grécia Antiga, filósofos como Platão (428/427-348/347 a. C.) compreendessem que o mito era uma forma de “expressar certas verdades que escapam ao raciocínio” (MORA, 2001, p. 478), foram os filósofos gregos com sua busca por compreender a realidade que “questionam o mundo imaginário mítico, dando início ao seu esvaziamento religioso” (MARTINEZ, 2008).

A partir de então, os mitos passam a ser compreendidos como relatos imaginosos, provocando “uma transição da mentalidade mítica para a histórica” (MARTINEZ, 2008, p. 35). Mesmo com seu ressurgimento em criações literárias e artísticas, durante o Renascimento, o seu conteúdo mágico/religioso não ocorre (MARTTINEZ, 2008).

Como aponta Monica Martinez (2008, p. 35), “apesar do resgate renascentista, para os ocidentais do século XV os mitos continuam sendo historietas mais próximas do cotidiano dos camponeses do que dos poucos homens letrados da época, que pertenciam em sua grande maioria ao clero e à aristocracia”. O desenvolvimento do Iluminismo, baseado em princípios racionalistas reforçará a ideia do mito como histórias ficcionais, ridicularizadas à luz da nova forma de explicar o mundo.

Na experiência dos povos primevos “não falta nem autenticidade nem profundidade, mas pelo fato de se exprimir numa linguagem que não nos é familiar, ela parece inautêntica ou infantil aos olhos dos modernos” (ELIADE, 2001, p. 83).

Enquanto para os povos que viviam os mitos, tudo estava no âmbito do sagrado (casa, alimentação, sexualidade), a sociedade moderna considera atos fisiológicos como sexualidade e alimentação um fenômeno orgânico. A comunhão com o sagrado, portanto se perde nas sociedades modernas que passam a viver em um mundo profano. Enquanto o sagrado permite ao ser humano ter um ponto fixo no mundo, o profano relativiza o espaço segundo suas necessidades diárias criando um universo fragmentado e caótico (ELIADE, 2001).

O mundo profano moderno é fruto do desenvolvimento da racionalidade e do pensamento científico, que gera um mundo fragmentado e rodeado por incertezas. Como afirma Joseph Campbell, não há mais garantias de uma ordem social confortável:

Como na ciência de hoje não existe uma Verdade descoberta fixa e final, mas apenas hipóteses de trabalho que no momento seguinte podem exigir revisão de acordo com algum fato novo, assim também na esfera moral não há mais uma fundação fixa, Pedra das Eras, na qual o homem de princípios morais possa se firmar. A vida, no saber e no fazer, hoje é uma “queda livre”, por assim dizer, em direção ao próximo minuto, ao futuro (CAMPBELL, 2001, p. 145).

O ser humano moderno compreende as narrativas míticas como historietas, esvaziadas de poder e glória. A base das sociedades modernas é a ciência, que com o uso exacerbado da racionalidade fragmenta o cosmos deixando de lado as fórmulas mágicas.

A concepção de arquétipo desenvolvida pelo pai da Psicologia Analítica, Carl Gustav Jung (1875-1961) afirma que apesar da aparente perda simbólica entre os povos modernos eles permanecem presentes.

2.2 Mitos e arquétipos

As narrativas míticas não são criações exclusivas do imaginário dos povos primevos ou dos povos que possuem características próximas a esses povos, como tribos que permanecem afastadas da sociedade “civilizada”.

Segundo Jung (2008, p. 121), “o homem moderno é, na verdade, uma curiosa mistura de características ao longo de uma evolução mental milenária”, o ser humano é, portanto uma associação de homem-símbolo (JUNG, 2008).

Pesquisadores como Mircea Eliade, Ernst Cassirer e Joseph Campbell indicam em suas obras, de que maneira as narrativas míticas são recorrentes entre povos distintos, em épocas distintas. Como afirma Campbell, “em todo o mundo habitado, em todas as épocas e sob todas as circunstâncias, os mitos humanos têm florescido; da mesma forma, esses mitos têm sido a viva inspiração de todos os demais produtos possíveis das atividades do corpo e da mente humanos” (1997, p. 15).

Campbell nos auxilia a compreender a permanência dos mitos nas sociedades quando diz: “as religiões, filosofias, artes, formas sociais do homem primitivo e histórico, descobertas fundamentais da ciência e da tecnologia e os próprios sonhos que nos povoam o sono surgem do círculo básico e mágico do mito” (CAMPEBLL, 1997, p. 15), e ainda, “os mitos de toda a humanidade apresentam os traços comuns de uma única sinfonia da alma” (CAMPBELL, 2001, p. 141).

O prodígio reside no fato de a eficácia característica, no sentido de tocar e inspirar profundos centros criativos, estar manifesta no mais desprezioso conto de fadas narrado para fazer a criança dormir – da mesma forma como o sabor do oceano se manifesta numa gota ou todo o mistério da vida num ovo de pulga. Pois os símbolos da mitologia não são fabricados; não podem ser ordenados, inventados ou permanentemente suprimidos. Esses símbolos são produções espontâneas da psique e cada um deles traz em si, intacto, o poder criador de sua fonte (CAMPEBLL, 1997, p. 15-16).

Eliade (2001) elucida que os símbolos possuem a capacidade de despertar a experiência individual para a compreensão metafísica do Mundo (espiritual). Porém um símbolo só desempenha totalmente sua função quando desperta a consciência total do ser humano, tornando-a aberta para o universal.

Podemos dizer que “os homens do passado não pensavam nos seus símbolos. Viviam-nos, e eram inconscientemente estimulados pelo seu significado” (JUNG, 2008, p. 101), enquanto o ser humano moderno não possui consciência dos símbolos ao seu redor.

O conhecimento científico isola o ser humano do cosmos, pois provoca uma ruptura com a natureza criando o que Jung chama de perda da “identificação emocional inconsciente”, em relação aos fenômenos naturais que perdem suas implicações simbólicas (JUNG, 2008).

Todavia, podemos observar que na atualidade as mesmas imagens dos povos primevos são utilizadas para exemplificar os perigos que rondam as civilizações modernas. Observamos que “fala-se do ‘caos’, da ‘desordem’, das ‘trevas’ onde ‘nosso mundo’ se afundará. Todas essas expressões significam a abolição de uma ordem, de um Cosmos, de uma estrutura orgânica, e a reimersão num estado fluido, amorfo, enfim, caótico” (ELIADE, 2001, p. 48).

Essas representações mesmo que esvaziadas se comparadas aos povos primevos permanecem presentes. Assim, “algo da concepção religiosa do Mundo prolonga-se ainda no comportamento do homem profano, embora ele nem sempre tenha consciência dessa herança imemorial” (ELIADE, 2001, p. 48).

A grande maioria dos ‘sem-religião’ não está, propriamente falando, livre dos comportamentos religiosos, das teologias e mitologias. Estão às vezes entulhados por todo um amontoado mágico-religioso, mas degradado até a caricatura e, por essa razão, dificilmente reconhecível. O processo de dessacralização da existência humana atingiu muitas vezes formas híbridas de baixa magia e de religiosidade simiesca (ELIADE, 2001, p. 167).

Podemos citar como exemplo de comportamento mítico, a passagem de um ano a outro que encerra um ciclo reavivando a esperança, sonhos e desejos para o novo ano que se inicia. Assim, aqueles que comemoram o *réveillon* estão inseridos em um fenômeno, em que “a cada Ano Novo reitera-se a cosmogonia, recria-se o Mundo e, ao fazê-lo, ‘cria-se’ também o Tempo, quer dizer, regenera-se o Tempo ‘iniciando-o’ de novo” (ELIADE, 2001, p. 92).

O calendário sagrado repete anualmente as mesmas festas, quer dizer, a comemoração dos mesmos acontecimentos míticos. Propriamente falando, o calendário sagrado apresenta-se como o ‘eterno retorno’ de um número limitado de gestos divinos, e isto é verdadeiramente não somente para as religiões primitivas, mas também para todas as outras religiões. Em toda parte, o calendário festivo

constitui um retorno periódico das mesmas situações primordiais e, conseqüentemente, a reatualização do mesmo Tempo sagrado (ELIADE, 2001, p. 94).

Além das comemorações relacionadas ao ano novo, “constata-se o mesmo fenômeno por ocasião das festas e dos júbilos que acompanham um casamento ou o nascimento de uma criança, a obtenção de um novo emprego ou uma ascensão social etc.” (ELIADE, 2001, p. 167), que mesmo de forma laicizada, remetem às estruturas dos rituais de renovação dos povos primevos, nos quais os mitos eram vivos.

A partir dos exemplos citados, apesar de inicialmente o mito parecer um caos ilógico para as sociedades modernas (CASSIRER, 1994), “não há nenhum fenômeno natural, e nenhum fenômeno na vida humana, que não seja passível de uma interpretação mítica, e que não peça uma tal interpretação (CASSIRER, 1994, p. 123).

O mitólogo estadunidense, Joseph Campbell alude sobre a importância da psicanálise para aqueles que pesquisam a mitologia. Segundo o autor, “Freud, Jung e seus seguidores demonstraram irrefutavelmente que a lógica dos heróis e os feitos do mito mantiveram-se vivos até a época moderna” (1997, p. 16).

Diferente das sociedades nas quais os mitos estavam vivos, a sociedade moderna estrutura-se “na ausência de uma efetiva mitologia geral, cada um de nós tem seu próprio panteão de sonho – privado, não reconhecido, rudimentar e, não obstante, secretamente vigoroso” (CAMPBELL, 1997, p. 16).

Os mitos nascem do mesmo lugar dos sonhos, ou seja, do inconsciente que “envia toda espécie de fantasias, seres estranhos, terrores e imagens ilusórias à mente” (CAMPBELL, 1997, p. 18). Portanto “o sonho é o mito personalizado e o mito é o sonho despersonalizado; o mito e o sonho simbolizam, da mesma maneira geral, a dinâmica da psique” (CAMPBELL, 1997, p. 27).

Os sonhos apresentam uma problemática em relação aos mitos, pois neles “as formas são distorcidas pelos problemas particulares do sonhador, ao passo que, nos mitos, os problemas e soluções apresentados são válidos diretamente para toda a humanidade” (CAMPBELL, 1997, p. 27-28).

Buscando compreender as relações entre as imagens oníricas e os mitos, Gustav Carl Jung desenvolve o conceito de arquétipo.

Jung denomina o símbolo como “um termo, um nome ou mesmo uma imagem que nos pode ser familiar na vida cotidiana, embora possua conotações especiais além do seu significado evidente e convencional” (JUNG, 2008, p. 18).

A sociedade moderna está rodeada por imagens, que no cotidiano perderam sua significação simbólica. O círculo, por exemplo, encontrado em construções urbanas, em logomarcas etc., é considerado o símbolo do deus Sol em algumas culturas. Uma imagem ou uma palavra é considerada simbólica “quando implica alguma coisa além do seu significado manifesto e imediato” (JUNG, 2008, p. 19).

Como explica Jung (2008), recorreremos às representações simbólicas de forma consciente quando não conseguimos compreender, descrever ou explicar algum fenômeno, como no caso do divino. Porém além de suas manifestações conscientes, os símbolos se manifestam também no âmbito do inconsciente, por meio dos sonhos.

A partir do conceito de inconsciente pessoal desenvolvido por Freud, Jung amplia o conceito afirmando que além do inconsciente individual também existe um inconsciente coletivo.

Uma camada mais ou menos superficial do inconsciente é indubitavelmente pessoal. Nós a denominamos *inconsciente pessoal*. Este, porém repousa sobre uma camada mais profunda, que já não tem sua origem em experiências ou aquisições pessoais, sendo inata. Esta camada mais profunda é o que chamamos *inconsciente coletivo*. Eu optei pelo termo "coletivo" pelo fato de o inconsciente não ser de natureza individual, mas universal; isto é, contrariamente à psique pessoal ele possui conteúdos e modos de comportamento, os quais são 'cum grano salis' os mesmos em toda parte e em todos os indivíduos. Em outras palavras, são idênticos em todos os seres humanos, constituindo portanto um substrato psíquico comum de natureza psíquica suprapessoal que existe em cada indivíduo (JUNG, 2002, p. 15).

Enquanto os conteúdos do inconsciente pessoal são chamados de complexos de tonalidade emocional, os conteúdos que constituem todo o inconsciente coletivo são chamados por Jung (2002) de arquétipos.

As imagens primordiais ou arquétipos são muitas vezes mal compreendidos, segundo Jung. O autor defende que as imagens ou temas mitológicos expressos pelo arquétipo, não são definidos (JUNG, 2008). Portanto “o arquétipo é uma tendência a formar essas mesmas representações de um motivo – representações que podem ter inúmeras variações de detalhes, sem perder a sua configuração original” (JUNG, 2008, p. 83).

Os motivos são encontrados em diversas representações, por exemplo, podemos encontrar em culturas diferentes representações de heróis ou heroínas com suas singularidades e características próprias, entretanto o motivo herói e heroína conserva-se o mesmo.

Jung afirma que a origem dos arquétipos não é conhecida, pois eles “se repetem em qualquer época e em qualquer lugar do mundo – mesmo onde não é possível explicar a sua

transmissão por descendência direta ou por ‘fecundações cruzadas’ resultantes da migração” (JUNG, 2008, p. 83).

Os arquétipos “criam mitos, religiões e filosofias que influenciam e caracterizam nações e épocas inteiras” (JUNG, 2008, p. 98). O que diferencia os arquétipos de imagens do cotidiano é a sua numinosidade.

Para Jung a diferenciação entre imagem e arquétipo ocorre, pois “quando existe apenas a imagem, ela equivale a uma descrição de pouca importância. Mas quando carregada de emoção, a imagem ganha numinosidade (ou energia psíquica) e torna-se dinâmica, acarretando várias consequências” (2008, p. 122).

Como exemplifica o próprio Jung (2008), uma cruz possui significados distintos para pessoas distintas, isso ocorre, pois, os arquétipos só adquirem expressão quando ligados ao indivíduo por uma ponte de emoções.

Portanto podemos dizer que “é o homem que cria os símbolos; é o homem que os torna vivos e lhes atribui valor e significado, no plano da imaginação” (SICUTERI, 1998, p. 12). Neste aspecto quebrar uma cruz, provavelmente gerará reações distintas num pagão e num cristão, já que seu significado/valor tende a ser distinto para cada um.

Jung adverte que “é impossível dar a qualquer tipo de arquétipo uma interpretação arbitrária (ou universal); ele precisa ser explicado de acordo com as condições totais de vida daquele determinado indivíduo a quem o arquétipo se relaciona” (JUNG, 2008, p. 122), em outras palavras, “o arquétipo representa essencialmente um conteúdo inconsciente, o qual se modifica através de sua conscientização e percepção, assumindo matizes que variam de acordo com a consciência individual na qual se manifesta” (JUNG, 2002, p. 17).

Podemos considerar que apesar de diferenciada dos povos primevos, as narrativas míticas estão presentes nas culturas modernas. “Poder-se-ia escrever uma obra inteira sobre os mitos do homem moderno, sobre as mitologias camufladas nos espetáculos que ele prefere, nos livros que lê” (ELIADE, 2001, p. 167).

Apenas para pontuar a relação entre mito e modernidade, escolhemos citar dois exemplos relacionados ao que ficou conhecido como Jornada do Herói.

Joseph Campbell “ao analisar mitos e contos populares e de fadas de todo o mundo, averiguou a existência de uma estrutura básica que permeia estas narrativas, que divide a aventura do herói em três fases, que compreendem basicamente a partida, a iniciação e o retorno” (MARTINEZ, 2008, p. 52).

A estrutura observada e sistematizada por Campbell foi adaptada e utilizada pelo analista de roteiros de cinema, da Companhia Walt Disney, Christopher Vogler (MARTINEZ,

2008). Vogler percebeu que a estrutura da Jornada do Herói era uma forma de enriquecer a construção das narrativas cinematográficas.

A estrutura da Jornada do Herói também foi adaptada e utilizada pela pesquisadora brasileira, Monica Martinez (2008), como uma possível ferramenta para a construção de histórias de vida, de pessoas reais. A pesquisadora afirma que:

Uma vez que os mitos eram a forma encontrada pelas sociedades primevas de veicular conteúdos paradigmáticos que teriam sido transmitidos ao ser humano em tempos míticos, a aplicação da Jornada do Herói, revista numa base ampliada e contemporânea, permite religar os níveis mítico e o histórico do indivíduo, facilitando a reconstrução tanto de sua face sagrada quanto da profana. Como resultado, abre-se um portal para a construção de uma história de vida complexa, profunda e evolutiva (MARTINEZ, 2008, p. 55).

Como “a figura do herói é um arquétipo, que existe desde tempos imemoriais” (JUNG, 2008, p. 90) a estrutura de suas narrativas permanece atual.

Além da presença das narrativas míticas por meio da jornada do herói, podemos pontuar com a fala de Cassirer que o mito dos povos primevos serve como base para a poesia moderna:

O mito combina um elemento teórico e um elemento de criação artística. O que nos impressiona em primeiro lugar é a sua íntima associação com a poesia. ‘O mito antigo’, disseram, ‘é a massa’ a partir da qual a poesia moderna cresceu lentamente mediante os processos que os evolucionistas chamam de diferenciação e especialização. A mente do criador do mito é o protótipo; e a mente do poeta... ainda é essencialmente mitopoética (CASSIRER, 1994, p. 127).

As narrativas míticas estão presentes no imaginário humano desde que este compreendeu sua inerente mortalidade, “as imagens, os símbolos, os mitos, não são criações irresponsáveis da psique; eles respondem a uma necessidade e preenchem uma função: pôr a nu as mais secretas modalidades do ser” (ELIADE, 1979, p. 13).

O ser humano moderno pode viver o mito desde que assim se permita, ou como diz Mircea Eliade (1979, p. 14), “todo o homem pode tornar-se poeta: basta saber abandonar-se à escrita automática”.

Os mitos, portanto não pertencem somente aos povos primevos. Mesmo nas sociedades modernas fundamentadas pela racionalidade e pela ciência, as expressões míticas podem ser observadas graças a sua característica arquetípica.

2.3 Narrativa mítica do céu: a astrologia

As narrativas astrológicas surgem quando os povos antigos em busca de respostas olharam para o céu.

Enquanto aponta seu semblante para o alto, o ser humano observa a dança dos corpos celestes que imprime ritmo ao tempo dos mortais. Com novas necessidades, o ser humano desenvolve cálculos mais precisos para compreender a cadência dos astros. Solidifica, assim, seu próprio ritmo e seus passos no dia a dia.

Ao buscar a criação de uma mítica celeste, o homem parece ter buscado antes de mais nada fatores de sincronização temporais, ritmos vitais que correspondem à percepção da realidade vivida. Essa percepção passará, a partir de então, a estar constantemente entrelaçada à maneira do homem de pensar a si mesmo e à sua própria relação com o mundo (CONTRERA, 1996, p. 32).

O céu auxiliava os antigos a se guiarem em relação aos plantios e colheitas, o movimento do Sol e da Lua eram observados, assim como as mudanças das estações do ano, “os ciclos solares e lunares já orientavam os antigos em seu plantio, caça e outros ciclos aqui na Terra” (ORTIZ, 2015, p. 18).

As observações relacionadas aos ciclos dos astros não foram exclusivas de uma cultura ou povo, pois “o interesse do homem pelo céu acompanhou diversas civilizações, como sumérios, babilônios, caldeus, egípcios, assírios, gregos, romanos, incas, maias e chineses, entre outros” (ORTIZ, 2015, p. 18).

Como aponta Roberto Sicuteri, os astros auxiliavam os povos primevos a organizar suas vidas e a sociedade na qual estavam inseridas:

[...] os astros tinham um papel fundamental na vida psicológica do homem e na sua realidade concreta. A organização social seguia harmonicamente o modelo da organização cósmica e os ritos religiosos garantiam a harmonia entre o homem e o mundo. A ordem cósmica era entendida como o avalista e o protótipo da ordem social; e a regularidade dos fenômenos cósmicos estava estritamente ligada à observância dos ritos mágico-religiosos (SICUTERI, 1998, p. 18).

Segundo Renato Janine Ribeiro (CAFÉ, 2003), “na tentativa de compreender o mundo ao seu redor, o homem buscou nos astros um mapa de símbolos que pudesse orientá-lo a agir em sua jornada”. Assim, eram os astros que ditavam as regras e, portanto, que normatizavam o comportamento dos povos antigos.

É a partir da observação da Lua que os povos primevos associam a própria vida e morte a um ciclo. Como afirma Eliade (2001, p. 130), “graças às fases da Lua – quer dizer, ao seu ‘nascimento’, ‘morte’ e ‘ressurreição’ -, os homens tomaram consciência de seu próprio modo de ser no Cosmos e de suas possibilidades de sobrevivência ou renascimento”.

No Ocidente a fascinação pelos astros e seu itinerário celeste, evidencia-se na Mesopotâmia, a partir da observação do Sol e da Lua e de outros planetas visíveis a olho nu, como indica Joseph Campbell:

No grande e crítico período da Mesopotâmia, por volta de 3500 a.C., das primeiras civilizações de cidade-Estado, o centro da fascinação e o modelo para a sociedade deslocaram-se da Terra, e dos reinos dos animais e das plantas para o céu, onde os sacerdotes observadores do firmamento descobriram que os sete poderes celestes – o Sol, a Lua e os cinco planetas visíveis – se movem com velocidades matematicamente determináveis através das constelações fixas. Uma nova consciência sobre a maravilha deste universo foi então resumida ao conceito de uma ordem cósmica, que imediatamente se tornou o modelo celeste para a boa sociedade na Terra: o rei entronizado, coroado como a Lua ou o Sol, e a rainha como a deusa-planeta Vênus e os altos dignitários da corte nos papéis das várias luzes celestes (CAMPBELL, 2001, p. 51).

A astrologia nasce com o intuito de ser uma ciência, segundo Renato Janine Ribeiro (2003), pois o sufixo *logia* deriva de *logos*, que significa saber, ciência. Inicialmente não havia nenhum tipo de segregação entre a astrologia e a astronomia, entretanto elas se distinguem a partir do século XVII quando a ciência e religião se separam, destituindo os deuses de suas moradas celestes e retirando a alma da natureza (ORTIZ, 2015).

A partir dos ciclos dos astros, a astrologia surge e sua base “está relacionada a esses movimentos circulares e à ideia de ciclos que sempre se repetem. Apesar dos ciclos astrológicos terem diversos referenciais, todos são circulares e cíclicos” (ORTIZ, 2015, p. 82), e “além dos ciclos da Lua, o ciclo do Sol pelo zodíaco e a existência de quatro estações bem definidas também levaram à ideia de eterno retorno, pois quando o ciclo chega ao fim e outro igual se inicia, temos um ano novo” (ORTIZ, 2015, p. 50).

Os doze signos zodiacais nascem a partir da observação do movimento diário da Terra em seu próprio eixo, que faz com que tenhamos o tempo dividido em dia e noite (ORTIZ, 2015, p. 82). Etimologicamente, a palavra Zodíaco denota o caminho dos astros transferidos para a vida humana: “Com base na etimologia grega, sabemos que Zodíaco significa *Caminho da Vida*” (SICUTERI, 1998, p. 23).

O caminho é percorrido de forma cíclica pelos doze signos zodiacais que são regidos por um astro/planeta, assim:

Áries tem por planeta Marte, Touro tem Vênus, Gêmeos contém Mercúrio, Câncer é governado pela Lua, Leão tem por planeta o Sol. Virgem contém Mercúrio, Balança tem Vênus, Escorpião é dominado por Plutão, Sagitário por Júpiter, Capricórnio contém Saturno, Aquário tem Urano e Peixes contém Netuno (SICUTERI, 1998, p. 138).

O astro ou planeta que rege cada signo “além de suscitar todo um mundo de mitos e histórias, também reativam o simbolismo arquetípico mais arcaico, originário, em nível de linguagem e de processo criativo” (SICUTERI, 1998, p. 15), por exemplo, “o símbolo do Sol é capaz de provocar a ‘lembrança’ arquetípica da força vital, do princípio divino, do próprio Deus” (SICUTERI, 1998, p. 15).

Assim como os astros ou planetas influenciam cada signo do zodíaco, os elementos naturais fogo, terra, ar e água também exercem sua própria influência. Cada um dos doze signos zodiacais também está inserido ou na polaridade feminina representando a receptividade, ou na polaridade masculina representando a atividade (CONTRERA, 1996) (Quad. 1).

Quadro 1 – Representação dos signos com seus elementos e polaridades

Signo	Elemento	Polaridades
Áries	Fogo	Masculino
Touro	Terra	Feminino
Gêmeos	Ar	Masculino
Câncer	Água	Feminino
Leão	Fogo	Masculino
Virgem	Terra	Feminino
Libra	Ar	Masculino
Escorpião	Água	Feminino
Sagitário	Fogo	Masculino
Capricórnio	Terra	Feminino
Aquário	Ar	Masculino
Peixes	Água	Feminino

Fonte: Adaptado de Contrera, 1996, p. 101-102.

A pesquisadora e astróloga Ana Cristina Vidal de Castro Ortiz (2014b), nos auxilia a compreender as características relacionadas a cada um dos elementos naturais:

- a) Fogo – “O fogo é o elemento do ser. E o ser vem do coração, do impulso da vida” (p. 4);
- b) Terra – “A terra é justamente o elemento do trabalho, do esforço, da realização, de tudo aquilo que é de fato concretizado no ‘mundo real’” (p. 4);

- c) Ar – “Os signos de ar são considerados os signos dos relacionamentos. É através do ar que, astrologicamente, as pessoas interagem. Por ser o elemento do pensamento, do intelecto e da razão, é justamente o ar o que permite a comunicação entre as pessoas” (p. 4);
- d) Água – “Astrologicamente, água é o elemento associado às emoções e aos sentimentos” (p. 5).

Todos os signos zodiacais estão inseridos em um ciclo, e o percurso tem início com o signo de Áries (I) e termina com o signo de Peixes (XII) (Fig. 1).

A trajetória percorrida por cada um dos signos pode ser relacionada à Jornada do Herói desenvolvida por Joseph Campbell, pois “as casas astrológicas se propõem a representar um percurso típico do desenvolvimento do ego (herói), estabelecendo fronteiras para definição de uma identidade, num percurso que conta uma história bastante arquetípica” (CONTRERA, 1996, p. 96).

Figura 1 – O ciclo dos doze signos do Zodíaco³



Fonte: Coloring Life, 2018.

³ Disponível em: <http://www.coloring-life.com/nl/colorv3.php?lang=nl&themeid=1003&theme=Astrologie&image=coloriage-astrologie-g-1.jpg>. Acesso em: 11 jun. 2018.

Desde que surgiu, “a astrologia tem ajudado o homem a orientar as suas ações cotidianas e a inseri-lo num contexto maior, que dê significado aos acontecimentos da vida” (CAFÉ, 2003). Portanto as narrativas astrológicas com seus símbolos são:

[...] capazes de estimular a realidade interior do homem em suas estruturas profundas, colocando-o em relação com os objetos *projetados* para o exterior na representação planetária (relação entre microcosmo e macrocosmo). Esses símbolos, com as respectivas múltiplas atribuições psicológicas e mitológicas, referem-se à vida total do homem, constituindo, portanto, um processo psicológico fundamental que se encontra na base de todas as manifestações psíquicas (SICUTERI, 1998, p. 15).

A astrologia desde seu início era complexa e carregava em si ciência, religião, medicina, matemática, filosofia, entre outros (ORTIZ, 2015). Como vimos anteriormente, o desenvolvimento racional e científico discrimina as narrativas míticas, catalogando-as e marcando como narrativas fantasiosas. A partir do século XVII, “o homem ficou mais racional e as estrelas e o mundo celeste passaram a ser estudados e pensados pelo olhar da ciência e, com isso, deixaram de ser algo sagrado” (ORTIZ, 2015, p. 129).

Após passar a ser vista como misticismo e fantasia, a astrologia retorna na modernidade com uma nova interpretação e uso dentro da Psicologia Analítica ou Profunda, desenvolvida por Carl Gustav Jung (ORTIZ, 2015).

Jung compreende que a astrologia pode ser interpretada como narrativa mítica, na qual seus símbolos também são carregados de numinosidade. “A astrologia mudou no século XX, para muitos através da influência de Carl Gustav Jung. Para ele a astrologia deixa de ser uma disciplina de previsões e passa a se concentrar na atribuição de sentido as ações humanas” (CAFÉ, 2003).

Como afirma Renato Janine Ribeiro (2003), até o século XX a astrologia era utilizada para previsões do futuro, pois o ser humano não se preocupava necessariamente com sua fortuna ou sorte, antes a maior preocupação dos consulentes morava nos infortúnios ou má sorte.

A partir dos estudos de Jung a astrologia sofre uma mudança, nesse momento “o que passa a interessar à astrologia não é o que ela vai dizer ou o que vai ocorrer no futuro, mas sim como é a personalidade da pessoa e como ela é afetada” (CAFÉ, 2003).

A análise do mapa astral em consultório “permite uma projeção externa da psique humana, portanto permite conhecê-la melhor” (CAFÉ, 2003).

O uso da astrologia em consultório permite, portanto a percepção de que:

[...] os símbolos se agrupam para formar um *discurso* e ativam um *dinamismo* capaz de provocar *formações arquetípicas* além do nível de alcance racional mental, para chegar às camadas mais inconscientes, onde as imagens e os símbolos operam através do *tempo* para então modificar a atitude consciente do sujeito (SICUTERI, 1998, p. 14).

A partir de então, compreende-se que “os mitos têm um valor para o homem exatamente como os planetas e os signos, e o que está no céu nada mais é que a experiência especular do homem, dirigida pelas leis secretas da imaginação e do psiquismo profundo” (SICUTERI, 1998, p. 17).

Assim, os estudos desenvolvidos por Jung relacionados às narrativas míticas e as narrativas astrológicas possibilita uma nova compreensão sobre a temática na modernidade.

Dentro desta perspectiva podemos considerar que “com efeito, as imagens e os símbolos constituem, para o homem moderno, outras tantas «aberturas» sobre um mundo de significações infinitamente mais vasto do que aquele onde vive” (ELIADE, 1979, p. 8), e que os símbolos permeiam o cotidiano de formas distintas.

Na atualidade a astrologia é encontrada em diferentes plataformas, em diferentes mídias. Em forma de horóscopos diários, em jornais e revistas impressos ou *online*, em *sites* de astrólogos ou em redes sociais virtuais.

2.4 Astrologia nas mídias

A palavra mídia vem do latim *medium*, que em português passou a ser escrita *mídia* (BAITELLO JUNIOR, 2014). “Ela poderia ser traduzida hoje, livremente, por meio de campo. Assim, a mídia não é outra coisa senão o meio de campo, o intermediário, aquilo que fica entre uma coisa e outra” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 43).

Norval Baitello Junior divulga o conceito relacionado à mídia desenvolvido pelo pensador alemão Harry Pross (1923-2010). Pross escreve em 1971, o livro intitulado *Medienforschung*, onde propõe uma classificação dos sistemas de mediação (BAITELLO JUNIOR, 2000).

Pross defende a ideia de que a mediação ocorre por meio de três mídias distintas: primária, secundária e terciária. Baitello Junior explica que para o autor alemão, toda comunicação começa pelo corpo e termina nele, portanto o corpo é a mídia primária (BAITELLO JUNIOR, 2000).

A mídia primária possui infinitas e ricas possibilidades comunicativas, tais como:

[...] a expressividade de olhos, testa, boca, nariz, postura da cabeça e movimentos dos ombros, andar, postura corporal, tórax e abdômen, mãos e pés, sons articulados e inarticulados, odores, cerimoniais, ritmos e repetições, rituais e, por fim, as línguas naturais (naturalmente inclui-se aí a linguagem verbal falada) (BAITELLO JUNIOR, 2000, p. 1).

Na chamada mídia secundária, a comunicação só é possível se o emissor possuir um aparato (ou suporte). “Assim, apenas o emissor se utiliza de prolongamentos para aumentar ou seu tempo de emissão, ou seu espaço de alcance, ou seu impacto sobre o receptor, valendo-se de aparatos, objetos ou suportes materiais que transportam sua mensagem” (BAITELLO JUNIOR, 2000, p. 2-3).

Podemos considerar enquanto mídia secundária, livros, revistas, jornais, “pinturas e adereços corporais, roupas, a utilização do fogo e da fumaça (incluindo os fogos de artifício e fogos cerimoniais, velas, etc.), os bastões, a antiga telegrafia ótica, bandeiras, brasões e logotipos, imagens, pinturas e quadros, a escrita, o cartaz, o bilhete, o calendário” (BAITELLO JUNIOR, 2000, p. 2).

A mídia terciária são os aparelhos que tanto o emissor quanto o receptor precisam ter acesso para que a comunicação seja possível. Assim, podemos citar como exemplos o computador, os aparelhos celulares, “o cinema, a radiofonia, a televisão, a indústria fonovideográfica e seus produtos, discos, fitas magnéticas, cd’s, fitas de vídeos, dvd’s, etc.” (BAITELLO JUNIOR, 2000, p. 3).

Os computadores e os *smarthphones* se enquadram na definição de mídia terciária de Harry Pross, na qual tanto o emissor quanto o receptor precisam ter acesso ao aparato para que possa haver a comunicação. Entretanto em 1971, os aparatos capazes de rede, como nós conhecemos na atualidade, não existiam. Assim, compreendemos que a mídia terciária abordada neste trabalho é aquela capaz de rede, ou seja, aquela capaz de acessar a *internet*.

Apesar da existência das três mídias, vale apontar que “o advento da mídia secundária não suprime nem anula a mídia primária que continua existindo enquanto núcleo inicial e germinador. Assim, também a mídia terciária não elimina a primária nem a secundária, mas apenas acrescenta uma etapa à anterior” (BAITELLO JUNIOR, 2000, p. 3).

A astrologia pode ser encontrada nas três formas de mídia. Podemos considerar que ela permanece presente em nosso imaginário, pois “vale lembrar que todos estamos submetidos a esses mesmos ciclos e ritmos cósmicos e, por isso, também os mitos criados por diversas sociedades ao longo da história são narrativas diferentes que contam a mesma história” (ORTIZ, 2015, p. 56). As histórias relacionadas à astrologia:

[...] também estão presentes na mídia, em seus diversos formatos, seja de forma explícita, como nos horóscopos de jornal ou em programas com conteúdo astrológico, como de forma sutil, implícita, pela sua mitologia que serve de recurso para a construção de outras narrativas (ORTIZ, 2015, p. 14).

Este fenômeno é possível, pois “[...] a linguagem astrológica tem apresentado um forte poder de sobrevivência exatamente por sua capacidade de representar questões astrológicas arquetípicas, atualizando essas questões num movimento verdadeiramente reorganizacional de seus símbolos” (CONTRERA, 1996, p. 30).

Em relação à mídia primária podemos usar como exemplo a consulta de uma pessoa com um astrólogo. O encontro face a face, no qual ambos os corpos encontram-se no mesmo ambiente é um exemplo de comunicação por meio de mídia primária (corpo). Todas as conversas que ocorrem sobre a temática, nas quais as pessoas estão de corpo “presente” também são exemplos.

Em relação às outras mídias podemos dizer que “a grande maioria dos jornais, revistas e portais têm uma coluna astrológica, com pequenos textos contendo as previsões para cada um dos doze signos” (ORTIZ, 2015, p. 28).

A astrologia aparece de forma recorrente na mídia secundária em forma de horóscopo, que são “narrativas resumidas, sejam diárias, semanais ou mensais, com o objetivo de orientar dia a dia a vida das pessoas, para que possam se guiar pelas poucas palavras que cabem naquele texto” (ORTIZ, 2015, p. 29).

Ana Cristina Vidal de Castro Ortiz aponta para alguns exemplos em que a astrologia pode ser encontrada no âmbito da mídia secundária e terciária:

Apenas para citar alguns exemplos brasileiros, os jornais *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, entre tantos outros, as revistas *Marie Claire*, *Capricho*, *Cláudia*, *Nova*, *Contigo*, *Caras*, *IstoÉ Dinheiro on-line*, entre outras e os portais *UOL-Universo On-Line*, *Terra* e *IG*, entre outros, têm suas colunas astrológicas (ORTIZ, 2015, p. 29).

O horóscopo representa uma pequena parte em um contexto maior que é a astrologia, entretanto ele é “uma forma de lembrar que temos alguma relação com as estrelas e, de alguma maneira, estamos todos interconectados” (ORTIZ, 2014b, p. 43).

Para Ortiz (2015) o horóscopo é uma maneira de divulgar a astrologia possibilitando que as pessoas possam conhecer e se identificar um pouco, com seu signo solar (Áries, Touro, Gêmeos, Câncer, Leão, Virgem, Libra, Escorpião, Sagitário, Capricórnio, Aquário, Peixes).

O horóscopo acompanha a história humana, sendo encontrado em mídias diferentes, e segundo Ortiz, “desde que surgiram os almanaques, há séculos, essas previsões curtas despertam o interesse das pessoas que, curiosas para saber o que o destino lhe reserva, leem assiduamente suas previsões astrológicas” (ORTIZ, 2015, p. 68).

Segundo a pesquisadora, a astrologia chega ao Brasil “com Pedro Álvares Cabral, com o médico, astrônomo, astrólogo e navegador mestre João de Castilha [...]” (ORTIZ, 2015, p. 34), trazendo a influência dos almanaques europeus.

Nos almanaques, era possível encontrar a posição diária do Sol no zodíaco, assim como as mudanças e as fases da Lua. Eles também continham informações importantes sobre as mudanças na maré, sobre as influências lunares, recomendações de datas e épocas propícias para casamentos, viagens, plantio, colheita e outras informações importantes sobre a Lua voltadas à agricultura. Os almanaques também tinham outras informações populares como receitas e outros assuntos de interesse popular (ORTIZ, 2015, p. 29).

No século XVI almanaques já estão sendo elaborados para o Rio de Janeiro e seu formato, enquanto mídia secundária se espalha pelo Brasil. A partir daí aos poucos a astrologia, sobretudo enquanto horóscopo, ganha espaço no rádio e na televisão (ORTIZ, 2015). A mídia traz “a astrologia de volta à pauta social fazendo com que as pessoas pudessem conversar sobre o assunto” (ORTIZ, 2014b, p. 44).

Entretanto apesar dos jornais, revistas, rádio e televisão cederem um espaço para abordar a temática, ele se restringe basicamente ao horóscopo, em que matérias mais profundas sobre o tema não ganham espaço (ORTIZ, 2015).

Na televisão, apesar de programas como *Mulheres*, na *TV Gazeta*, abrirem espaço para o tema, as narrativas que vão além do horóscopo estão relacionadas a previsões para celebridades, combinações entre signos, previsões para o Ano Novo, quem ganhará a Copa do Mundo de Futebol e assim por diante (ORTIZ, 2014b).

Ainda que na maior parte das vezes, a astrologia seja abordada de forma superficial pelo jornal, rádio e televisão, a pesquisa realizada em 1996, pela brasileira Malena Contrera, intitulada *O Mito na Mídia: A Presença de Conteúdos Arcaicos nos Meios de Comunicação* demonstra como os motivos mitológicos e astrológicos são encontrados em diferentes mídias, enquanto narrativas arquetípicas.

Relacionada à mídia secundária, a pesquisadora demonstra que a leitura do jornal aos domingos tem uma forte relação com o Sol, já que o domingo é o dia consagrado ao astro, desde a elaboração das premissas astrológicas pelos caldeus (CONTRERA, 1996).

No âmbito do cinema encontramos no filme infantil *O Rei Leão*, produzido pela Walt Disney, uma relação com a astrologia por meio do signo de Leão. A relação evidencia-se a partir dos personagens do tio, do pai e do jovem herói, “onde a caracterização dos leoninos, se dá por analogia à simbólica relacionada ao leão, encontrada universalmente” (CONTRERA, 1996, p. 110).

Na televisão podemos destacar a narrativa da telenovela *Mulheres de Areia*, que discute a temática da dualidade, representada pelas irmãs gêmeas Ruth e Raquel, interpretada pela atriz Glória Pires. A narrativa da telenovela possui características próximas às narrativas astrológicas do signo de Gêmeos (CONTRERA, 1996).

No rádio podemos observar a divulgação de músicas que possuem relação com os temas astrológicos.

A música *O leão*, composta e interpretada por Caetano Veloso foi escrita em 1974, para compor o álbum *Bichos*. A música que diz: “Gosto muito de ter ver leãozinho, caminhando sob o sol” foi composta para o músico Dadi Carvalho, que integrou o grupo *Novos Baianos*.

Em entrevista concedida ao *Caderno Ilustrada*⁴, da *Folha de S. Paulo*, em 2015, Caetano Veloso revela: “Eu sou do signo de leão. Dadi, também. Só que ele é muito mais novo que eu. Às vezes eu o chamava de ‘leãozinho’. Assim, fiz finalmente uma canção que dava conta da impressão de pureza, clareza e positividade que ele me dava”.

Ainda no âmbito da rádio, no dia 6 de julho, de 2018, durante o programa *Jornal da Band News FM*, o apresentador Ricardo Boechat comenta sobre as “conversas inúteis de uma redação”.

O apresentador do programa jornalístico comenta que havia elogiado a camiseta do colega Felipe Bueno, que possuía um “bicho chifrudo, estampado no peito”. Felipe teria explicado que o bicho em questão era o trabalho de um artista japonês, que faz estampas baseadas nos signos do zodíaco.

Boechat, ao vivo, conta que o papo nos bastidores o lembrou de uma música brasileira, que em sua letra falava algo como: “será que o seu signo tem a ver com o meu?”. A tal música está sendo tocada ao fundo durante a fala dos apresentadores.

⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/01/1571679-dadi-e-luminoso-diz-caetano-sobre-o-musico-que-inspirou-o-leaozinho.shtml>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Trata-se da música *Noite do prazer*, do músico Cláudio Zoli, lançada no álbum *Brylho*, em 1983. A letra diz: “Prazer em estar contigo/Um brinde ao destino/Será que o meu signo/Tem a ver com o seu?/Vem ficar comigo/Depois que a festa acabar”.⁵

O programa é transmitido ao vivo, por meio de rádio e de seu canal na plataforma digital, *YouTube*⁶.

Apesar dos exemplos, podemos considerar que a maior abertura que astrologia tem na modernidade está relacionada à *internet*, pois ela proporciona um avanço, já que astrólogos por meio de *sites* pessoais começam a publicar um conteúdo mais profundo e complexo (ORTIZ, 2014b). Esse movimento dos astrólogos possibilita “diálogos muito mais ricos e relações mais compreensivas entre as pessoas e a Astrologia” (ORTIZ, 2014b).

Conforme afirma Ortiz (2014b), ainda no âmbito da *internet* foram as redes sociais que disponibilizaram quantidade maior de conteúdo relacionado à astrologia. Desde o “*Orkut* foram criados grupos para falar sobre Astrologia e esclarecer dúvidas dos interessados [...]” (ORTIZ, 2014b, p. 45).

A aparição de novas redes sociais como o *Twitter* e o *Facebook* possibilitou a aproximação dos astrólogos com seu público, como também permitiu que diálogos sobre a astrologia se desenvolvessem (ORTIZ, 2014b). “As redes sociais criam experiências, como rodas de conversa, que permitem uma troca constante e o crescimento de cada um dos envolvidos nesses diálogos de naturezas tão diversas e com distintos graus de profundidade” (ORTIZ, 2014b, p. 46).

Assim, a Astrologia foi ganhando cada vez mais espaço na rede, desde os grandes portais até os sites pessoais dos astrólogos, passando pelos grandes sites especializados em Astrologia, como o *Personare* e o *Estrela Guia*, que publicam horóscopos e artigos sobre Astrologia, além de venderem mapas e outros serviços online. Estes dois são sites especialmente voltados ao público leigo, mas existem outros direcionados aos astrólogos, como a *Constelar*, uma importante revista eletrônica de Astrologia, cujo principal público são profissionais e estudantes da área (ORTIZ, 2015, p. 40-41).

Além das redes sociais virtuais, a astrologia surge na *internet* por meio de notícias. No dia 20 de junho, de 2018, o portal digital do jornal *O Globo*, no setor *Economia*, divulgou que a instituição financeira Caixa Econômica Federal, em uma agência no Rio de Janeiro estava utilizando o signo do zodíaco de seus clientes em formulários cadastrais (Fig. 2).

⁵ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Cl%C3%A1udio_Zoli. Acesso em: 15 jul. 2018.

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=88iQhPXBTRo>. Acesso em: 06 jul. 2018.

Figura 2 – Formulário recebido pelo cliente da Caixa Econômica Federal, com seu signo do zodiaco⁷

O formulário contém os seguintes campos e valores:

Nome	[Redigido]	Dados Informados
RG	[Redigido]	
Data de expedição	[Redigido]	
Data de Nascimento	30/11/1958	
Idade atual	59	Informações Complemen
Idade na expedição do RG	40	
Signo	Sagitário	
PIS/PASEP		
CPF	[Redigido]	
UF Expedidora do CPF	ES, RJ	
Alerta SICOW	Não	

Fonte: O Globo, 2018.

Admitindo fazer uso do signo de seus clientes, a instituição justificou que o dado é utilizado para auxiliar a evitar eventuais fraudes e que, a informação é obtida automaticamente a partir da data de nascimento de cada cliente.

A notícia repercutiu nas plataformas *online* de outros jornais, a reportagem divulgada pela *Folha de S. Paulo*, no dia 22 de junho, de 2018 levantou uma questão interessante relacionada ao fenômeno. Na matéria há a seguinte declaração: “A prática pode caracterizar ofensa à fé de pessoas de outras crenças e contrária a Constituição quanto ao veto de influências religiosas nas instituições públicas, segundo o advogado Gilberto Garcia”.⁸

Perante a notícia do uso dos signos zodiacais, no portal *online* do *G1*⁹, encontramos na sessão “comentários” a manifestação dos leitores:

- “se usam é pq funciona! então acharam uma utilidade para o horoscopo....”;
- “Mas se houver uma fraude o fraudador tem a data de nascimento da pessoa ai automaticamente ele saberá o seu signo, qual é a segurança neste dado que eu nao entendi????”;
- “as pessoas sabem o próprio signo a toa. Mas raras são as pessoas que sabem quando acaba e começa cada signo. Por isso, essa é sim mais uma forma de confirmar que a pessoa que está inserindo os dados, é próprio cliente”;

⁷ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/caixa-inclui-informacao-de-signo-do-zodiaco-em-cadastro-de-clientes-22804373>. Acesso em: 20 jun. 2018.

⁸ Portal digital Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/caixa-usa-signo-do-zodiaco-no-registro-de-clientes.shtml>. Acesso em: 23 jun. 2018.

⁹ Portal digital G1, Economia. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/caixa-usa-signo-do-cliente-para-evitar-fraudes.ghtml>. Acesso em: 23 jun.2018.

- d) “Que ridículo! Simplesmente ridículo uma empresa recorrer à superstição... Aposto que consultam cartomante p/ saberem a quem devem conceder um empréstimo, kkkkkkkkkkkk”.

Perante os exemplos apontados podemos considerar que a astrologia está presente na mídia primária, secundária e terciária, e que permanece no imaginário do ser humano mesmo quando aparentemente é renegada.

Podemos dizer que a astrologia “é interessante para a mídia, uma vez que suas narrativas são capazes de criar um ritmo e um ritual que atrai o público. É um tema que desperta o interesse especialmente pela continuidade que sempre apresenta, já que narra também a própria vida humana” (ORTIZ, 2015, p. 117).

Como afirma Malena Contrera (1996), podemos dizer que os mitos astrológicos apontam para a antropomorfização da natureza, enquanto “a comunicação da Mídia, aponta, muitas vezes sem o saber, para a cosmimorfização do humano” (CONTRERA, 1996, p. 20).

Assim, “a mídia contemporânea trabalha para a constituição de um imaginário cultural e na criação de uma organização social, e representa o espaço concreto para a expressão das ações e transações que formam o social” (MIKLOS, 2010, p. 55).

A influência da sociedade *versus* mídia e da mídia *versus* sociedade passa por transformações que afetam a maneira como nos comunicamos e nos vinculamos, na atualidade.

Os desafios em relação à comunicação são cada vez maiores perante uma sociedade na qual o coletivo muitas vezes perde seu valor para o indivíduo.

3 PROCESSOS COMUNICACIONAIS

3.1 Comunicação e Incomunicação

Partimos do pressuposto de que “os objetos do mundo não estão dados de antemão, nem são recortados por suas leis intrínsecas – mas constituídos e dispostos pelo olhar e intervenção dos homens” (FRANÇA, 2001, p. 4). Como afirma Norval Baitello Júnior (2017), todas as definições são em mesma medida obscurecedoras e iluminadoras, enquanto uma definição esclarece um lado do objeto, esconde os outros.

Buscamos ressaltar alguns olhares sobre o conceito de comunicação neste capítulo sem, entretanto defender que as leituras apontadas sejam as únicas possíveis.

O processo comunicativo é complexo, pois “todo ser vivo tem compulsoriamente a tarefa de sobreviver e, para sobreviver se comunica” (BAITELLO JUNIOR, 2017, p. 15). No âmbito da espécie humana, a comunicação é “algo vivo, dinâmico, instituidor de sentidos e de relações; lugar onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura” (FRANÇA, 2001, p. 16).

Sua complexidade faz com que seja necessária uma abertura para a contribuição das várias áreas do conhecimento, tais como a Filosofia, Sociologia, Linguística, Semiótica, Antropologia, Educação, Ciências da Informação, Física, Biologia (FRANÇA, 2001). Assim, “sob essa ótica, entender de comunicação é, antes de tudo, entender de gente, do ser humano” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 95).

Podemos recorrer à etimologia para buscar uma definição para a comunicação. Do “latim, a palavra comunicação deriva do verbo *communicare*, significando compartilhar ou transmitir (MARTINEZ, 2009, p. 189). E ainda do latim, “as palavras *Communitas, communitio e communis* (*cum* é o que liga ou reúne, *munus* é cargo ou serviço que se presta ao outro) referem-se a ideia de pôr uma tarefa em comum” (SODRÉ, 2002, p. 224).

O compartilhar e transmitir implica, portanto o ser-em-comum (SODRÉ, 2002). Logo, podemos considerar que “o ímpeto comunicativo sempre fez parte da vida do homem, ser gregário, que vive em bandos e precisa de seus pares para sobreviver, seja na selva de pedra cotidiana ou na savana da época da queda, e que encontrou na troca de sinais uma das formas de fazer sua existência ter sentido” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 94).

A comunicação já foi considerada fluxo de informação, assim se “dizia que comunicação é transmissão de uma mensagem, uma notícia” (BAITELLO JUNIOR, 2017, p. 11).

A sinalização, informação e comunicação podem muitas vezes parecer homogêneas, porém apesar de se entrecruzarem são processos distintos.

Os sinais estão presentes ao nosso redor, pois “na natureza e na sociedade, nas relações subjetivas, tudo sinaliza” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 86), portanto “qualquer coisa ao nosso redor produz sinais que podem ou não ser convertidos em componentes do processo comunicacional” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 86).

Apesar de diferentes, uma sinalização pode tornar-se informação quando o ruído emitido passa a ser alvo de atenção em relação ao outro (MARCONDES FILHO, 2009). Assim se transforma sinais em informação quando a pessoa lhe dá atenção, “nesse momento, esses sinais passam a fazer parte da minha existência. Aquilo que estava fora, que é parte de um ambiente externo estranho a mim, passa a fazer parte da minha própria estrutura de funcionamento através da percepção, da tomada de consciência” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 87).

Em relação à comunicação, podemos dizer que “quando recebo sinais externos, eles podem rebater sobre mim como informação, mas também como comunicação” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 87). O que diferencia a comunicação da informação, nesta perspectiva é que enquanto a informação serviria para fortalecer de forma seletiva nossas próprias posições; a comunicação proporcionaria emoções e experiências novas (MARCONDES FILHO, 2009).

Norval Baitello Junior faz um panorama histórico sobre a ciência da comunicação, e nos auxilia a compreender algumas definições a partir de oito perspectivas (2017):

- a) Primeira: de natureza técnica e com intensões bélicas, a princípio o olhar para a comunicação contribuiu para um saber específico, a da ciência da informação. “A ciência da comunicação é, portanto, uma ciência que nasce com a tentativa de aperfeiçoar ferramentas para guerra” (p. 12), dentro desta perspectiva, o outro é visto como objeto e o que não cabe dentro da informação e do aparelho é considerado ruído;
- b) Segunda: a perspectiva da filosofia que com seu aporte contribui para uma ciência da comunicação desde os filósofos antigos;
- c) Terceira: a ciência social que “trouxe enormes contribuições, na comunicação social, na comunicação política, nas questões, por exemplo, do território e das culturas [...]” (p. 13), entretanto suas ferramentas foram usadas na publicidade como estratégias de persuasão;

- d) Quarta: a ciência das linguagens nasceu em uma época em que se considerava que a comunicação era falar, ou seja, “que a comunicação era a palavra, e só a palavra” (p. 13). “Aprendemos muito com as ciências da linguagem porque elas nos ensinaram a lidar com um pequeno pedaço da comunicação, ao qual pouco se dava atenção antes da linguística e da semiótica” (p. 13);
- e) Quinta: as ciências da vida, proposta pelo biólogo Jakob von Uexküll, no início do século XX. A partir do ambiente, a comunicação abarcaria tanto a vida humana quanto a animal e social;
- f) Sexta: as ciências da cultura nascem a partir do estudo da imagem, “retirando-a do âmbito exclusivamente artístico e colocando-a dentro de uma moldura histórica muito mais ampla, para estudar sua migração no tempo e no espaço e seu impacto sobre a cultura humana” (p. 13);
- g) Sétima: a perspectiva histórica antropológica, que aborda as relações entre o corpo e a imagem, a partir das contribuições de Dietmar Kamper (p. 13);
- h) Oitava: a perspectiva ecológica que pensa na comunicação enquanto parte de um ambiente comunicacional, ou seja, “quando nos aproximamos de outro ser vivo, entramos na sua esfera de existência e ele entra na nossa esfera de existência, havendo aí uma simbiose” (p. 15). Este processo que se aproxima da definição de devoração, contamina também a parte técnica, pois se fala em ambiente digital, ambiente da internet, ambiente da cibercultura. A partir desta perspectiva, “deveríamos dizer: comunicação é vida!” (p. 15).

A partir das definições apontadas podemos considerar que a comunicação apesar de todas suas especificidades acontece por meio da “passagem” entre o “eu” e o “outro”. É atravessar um limiar que “concretiza tanto a delimitação entre o ‘fora’ e o ‘dentro’, como a possibilidade de passagem de uma zona a outra” (ELIADE, 2001, p. 148).

Em rituais iniciáticos não é incomum encontrarmos o tema de ponte ou porta estreita, para apontar as travessias pelos limiares (ELIADE, 2001).

Ao usar a porta como metáfora do processo comunicacional podemos relacioná-la a mídia primária, secundária e terciária (PROSS apud BAITELLO JUNIOR, 2014). Analogicamente podemos dizer que no início do desenvolvimento do processo comunicacional, a porta era atravessada pelos corpos, posteriormente por pedaços de papel, como cartas passadas por um vão. Já na atualidade, a porta é um *software* responsável por

possibilitar a conexão com a *internet*, permitindo a entrada e a saída de informações dos aparelhos.

Em relação às pontes podemos dizer que elas “aproximam os distantes e unem os diferentes. Seres humanos são construtores de pontes (concretas e imaginárias) que fecundam passagens e viagens iniciáticas. Por exemplo, os mitos são pontes que se abrem para a transcendência, possibilitando a ligação dos homens aos deuses (universo simbólico) e dos seres humanos a outros seres humanos (universo social)” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 99).

Atravessar a ponte proporcionaria uma transformação. Entretanto em diversas culturas atravessá-la é uma tarefa árdua, já que muitas vezes ela é considerada estreita como uma lâmina de navalha ou fina como um fio de cabelo (ELIADE, 2001).

Podemos dizer que “toda comunicação é uma tentativa de re-união com o mundo, de estabelecer um vínculo que possa ser ponte entre a consciência e o sentimento primordial de fazer parte, de pertencer” (CONTRERA, 2007, p. 3).

Como vimos anteriormente, a comunicação ocorre pelo uso de meios (mídias) (BAITELLO JUNIOR, 2014). Podemos questionar: “Por que nos preocupamos tanto com os meios, com esse ‘meio de campo’ entre o um e o outro?” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 60).

Porque há aí um abismo. E abismos são vazios gigantescos e assustadores. Como temos horror ao vazio, tentamos preenche-lo com tudo o que temos a mão: com os gestos, com a voz, com os rastros (olfativos, visuais, auditivos ou táteis), com as imagens arcaicas, com as escritas de todos os tipos, com as imagens produzidas por máquinas ou até mesmo com as próprias máquinas de imagens. Mas preencher o abismo é um trabalho insano e inglório, como enxugar gelo ou esvaziar um rio. Há apenas lampejos de um fugaz preenchimento, pontes fugazes que nos levam até o outro, transpondo por breves relances o vazio do abismo (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 60).

Assim como as pontes construídas pelos seres humanos são artificiais, a comunicação também o é, pois ela “baseia-se em artifícios, descobertas, ferramentas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos” (FLUSSER, 2013, p. 89). O ser humano “desenvolve uma imensa capacidade representativa e, no processo de representação do mundo o homem transforma a realidade e respectivamente essa representação transforma o próprio homem que a criou” (MIKLOS, 2010, p. 17). Portanto a mídia é um artifício “que procura superar o abismo entre o eu e o outro” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 80), uma ponte que transforma o próprio ser humano que a criou.

A comunicação “é uma ponte que se estende sobre o nada, que só aparece na beira do abismo, para quem se atreve a dar o passo nesse nada que se chama ‘ir em direção ao outro’” (CONTRERA, 2007, p. 3).

A comunicação é possível por meio da existência de um mundo único e intersubjetivo a partir da percepção que podemos ter do outro como comportamento e não como objeto exterior e acabado. O que não significa que o outro passe a ser eu, pois nunca poderemos penetrar nele. A percepção que temos do seu comportamento e de sua fala não é ele, mas a forma pela qual ele se mostra e nós o apreendemos (SANTOS, 2013, p. 34).

Caminhar e atravessar a ponte (entre o eu e o outro) é possível, porém o fenômeno não é autômato, e precisamos lembrar que “antes de conversarmos, é preciso nos aproximar; antes de trocarmos nossos mundos internos e contarmos nossas histórias, precisamos ver, saber a quem nos dirigimos, para escolher a parte de nosso mundo interno comunicável ao outro” (CYRULNIK, 1995, p. 23).

Tanto ir em direção ao outro quanto apreendê-lo não é tarefa simples, pois é necessário haver uma abertura entre as partes. Ainda assim não há garantias que o processo comunicacional ocorra, pois “nem sempre os sinais que emanam do mundo são corretamente captados e compreendidos pelos participantes de processos de comunicação” (BAITELLO JUNIOR, 2017, p. 11).

As pontes podem nos levar ao outro, porém não podemos esquecer que “os abismos são zonas inóspitas, tais quais os desertos” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 80). Podemos considerar que em muitas ocasiões “há uma longa e errática distância entre o que eu digo e que o outro entende, entre os sinais que o mundo nos manda e a maneira como os lemos” (BAITELLO JUNIOR, 2017, p. 11).

Ainda que a comunicação possibilite atravessar um limiar, muitas vezes nos deparamos com muros que impedem e (de) limitam o contato com o outro. Enquanto “as pontes, literais e imaginárias possibilitam o movimento, a conexão, a comunhão e a vinculação, as trocas entre os seres vivos” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 96), “o muro (mesmo imaginário) sugere incomunicação” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 100).

A partir do momento em que estamos acostumados “ao teatro de nossas vidas, às frases de efeito que mais servem para melhor conduzir uma discussão ou nos colocar em uma posição de superioridade em relação ao outro, deixamos de perceber a imediatez do mundo, o componente trágico e sublime que este pode nos despertar” (SANTOS, 2013, p. 37).

As novas e variadas formas que proporcionam pontes não são sinônimas de eficiência, pois:

Quanto mais se aperfeiçoam os recursos, as técnicas e as possibilidades que o homem tem de se comunicar com o mundo, com os outros homens e consigo mesmo, aumenta também, em idêntica proporção, as suas incapacidades, suas lacunas, seu boicote, seus entraves ao mesmo processo, ampliando um território tão antigo quanto esquecido, o território da incomunicação humana. Assim, andam de mãos dadas e crescem juntas, como irmãs Gêmeas a comunicação e a incomunicação (BAITELLO JUNIOR, 2002, p. 1).

Podemos dizer que, “o que caracteriza o homem é a incomunicabilidade, pois, ao contrário do que parece, nem tudo é comunicação efetiva” (SILVA, 2013, p. 270).

Se “toda vida atual é encontro” (BUBER, 1974, p. 19), a comunicação só existe nesse encontro, pois cria um “campo sensorial que me descentra e me convida a existir, a sair de dentro de mim para viver antes da morte” (CYRULNIK, 1995, p. 44).

A comunicação está além dos cumprimentos corriqueiros, de informações vazias, pois “realiza-se no plano da interação entre duas pessoas, nos diálogos coletivos” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 86), onde o encontro transforma-se em acontecimento provocando o pensamento, rompendo a incomunicação e possibilitando a interpenetração (MARCONDES FILHO, 2009).

A comunicação pressupõe a nossa abertura às sensações, à pele, ao ouvir, ao ver, ao tocar, ao cheirar, ao degustar, sabendo saboreá-los, sentindo-os nas entranhas do nosso ser. Isto só pode ocorrer quando nos abrimos ao mundo, com nossa disponibilidade em encontrar a alteridade do outro. Sentir e perceber o mundo pressupõe nos deixar levar pelo corpo, o nosso e o do outro, e não temer interagir com o mundo. A comunicação nasce de nosso contato corporal com o mundo, ela é um fazer-se, um acontecer e não uma manifestação pura da consciência, do intelecto. Nesse sentido, ela não pode ser tratada separadamente da nossa experiência vivida (SANTOS, 2013, p. 38).

As relações que começam pelos corpos e não são manifestações ligadas apenas ao intelecto, demandam a construção de vínculos. Portanto, “se a comunicação é a construção de vínculos, a cultura é o entorno e a trajetória complexa dos vínculos, suas raízes, suas histórias, seus sonhos e suas demências, seu lastro e sua leveza, sua determinação e sua indeterminação” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 12).

O vínculo pode ser compreendido como um liame ou ponte que possui relação com o afeto que constitui as espécies, inclusive a humana.

3.2 Afeto e vínculo

Como observamos anteriormente, os processos comunicacionais ocorrem por meio de pontes (mídias), que possibilitam o “eu”, encontrar o “outro” (BAITELLO JUNIOR, 2012; MIKLOS; ROCCO, 2018; CONTRERA, 2007). Porém o encontro não ocorre de forma autômata, pois o fenômeno comunicacional “transcende o mero ato de transmitir informações, visto que se trata de criar ambientes de vínculos e afetos” (MENEZES; MARTINEZ, 2014, p. 263).

O filósofo Martin Buber nos lembra de que “toda a vida atual é encontro” (BUBER, 1974, p. 19) e, que os encontros ocorrem por meio da presença que “não é algo fugaz e passageiro, mas o que aguarda e permanece diante de nós” (BUBER, 1974, p. 19).

Os encontros que permeiam toda a vida humana para Buber estão relacionados à reciprocidade, a abertura de ver em si mesmo e no outro um “tu”, no lugar de um “isso”. “O TU inato atua bem cedo, na necessidade de contato (necessidade de início, tátil, e em seguida, um contato visual com outro ente), de tal modo que ele expressa cada vez mais claramente, a reciprocidade e ‘a ternura’” (BUBER, 1974, p. 25).

Se quando nos portamos perante o outro, o classificamos e compreendemos que ele seja um objeto para conseguirmos algo, o transformamos em “isso”. No “isso” “o homem, contentando-se com um mundo de objetos, que não lhe podem mais tornar-se presença, sucumbe. Então, a causalidade fugaz, intensifica-se até tornar-se uma fatalidade opressora e esmagadora” (BUBER, 1974, p. 35).

O filósofo compreende que há potencialidade em todo “tu” para se tornar “isso” e vice versa, mas que para que nós possamos viver nos encontros, a reciprocidade é fundamental. A reciprocidade surge perante o esforço, pois o ser humano perante a nostalgia do primeiro vínculo, ocorrido no pré-natal busca desenvolver as relações com os outros. Portanto:

Tudo o que será representado diante do homem adulto, como objetos habituais, deve ser conquistado, solicitado pelo homem em formação num inesgotável esforço, pois coisa alguma é parte de uma experiência, nada se revela senão pela força atuante na reciprocidade do face-a-face (BUBER, 1974, p. 25).

Assim, o encontro constitui os processos que engendram a espécie *homo sapiens* e, portanto podemos dizer que “[...] os vínculos são elementos vivos que se formam, se enredam, se fortalecem e se mantêm por meio de afetos” (MARTINEZ, 2016b, p. 363).

A rede social que nos cerca existe, pois estamos “interligados aos nossos semelhantes, tanto do ponto de vista corporal quanto do ponto de vista emocional” (WAAL, 2010, p. 95). Somos cativados pelos outros por meio de uma imagem, uma encenação ou palavra, portanto “é um acontecimento sensorial e afetivo intenso que nos torna cúmplices daqueles que nos cativam” (WAAL, 2010, p. 95).

Nos estudos da Etologia¹⁰ já se considerou que os assuntos referentes ao afeto pertenciam apenas aos animais não humanos, pois se compreendia que os animais viviam na biologia, na sensorialidade e na afetividade, enquanto o homem pertenceria ao mundo intelectual (CYRULNIK, 1995). Entretanto novos olhares sobre as relações entre os humanos compreenderam que ela não se baseia apenas por intermédio da racionalidade, assim:

As reflexões mais recentes sobre a afetividade não fazem mais essa divisão. As observações sobre o desenvolvimento das crianças “não permitem isolar as emoções... das representações”. Um recém-nascido organiza suas relações com os outros a partir de acontecimentos cotidianos de sua vida familiar. Os afetos são trocados quando das interações do bebê com seus próximos. A cultura, desde os primeiros gestos que cercam o nascimento, impõe um código comportamental que estrutura a criança (CYRULNIK, 1995, p. 12).

Dentro da perspectiva da Etologia, “o vínculo passa a ser um dos conceitos centrais, por ser o resultado de ações (inatas ou aprendidas) do ser vivo que o aproximam do outro ou reforçam e alimentam uma proximidade já existente” (BAITELLO JUNIOR, 2009, p. 458).

Sabemos que o *homo sapiens*, com sua infância prolongada se liga à sociedade de maneira multidimensional, desenvolvendo tanto seu aspecto intelectual, quanto afetivo (MORIN, 1975).

Entre todas as espécies, a “humana é a única que mantém os vínculos com os familiares muito tempo depois de cada um ter seguido seu caminho” (WAAL, 2010, p. 43). “A hominização conservou e desenvolveu no adulto humano a intensidade das afetividades infantil e juvenil. Os mamíferos podem exprimir esta afetividade através do olhar, da boca, da língua, do som” (MORIN, 2014, p. 19).

O momento da criação de vínculos de linguagem entre o bebê e a mãe será a matriz primeira da complexa comunicação social. Para o recém-nascido não há outro objeto senão seu próprio corpo. É o corpo que transmite suas mensagens, é a respiração, a temperatura, é a vibração das cordas vocais que produz o choro que se transformará mais tarde em sons articulados (BAITELLO JUNIOR, 1998, p. 12).

¹⁰ Campo da Biologia voltado para o estudo do comportamento dos animais, inclusive dos animais humanos.

É por meio do corpo que as afecções se tonam afeto possibilitando a vinculação entre o ser humano. O filósofo Baruch Spinoza no século XVII considera que o afeto está ligado fundamentalmente ao desejo, alegria e a tristeza e, que a partir delas o ser humano aumenta ou diminui sua potência (2017).

Para Spinoza (2017) o desejo integra a própria essência do ser humano, como o apetite que o determina a agir. Já a alegria é a passagem do ser humano de uma perfeição menor para uma maior. Enquanto a tristeza, por sua vez, promove o oposto da alegria, levando o ser humano de uma perfeição maior para uma menor. “Assim, o corpo humano pode ser afetado de muitas maneiras, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, enquanto outras não tornam sua potência de agir nem maior, nem menor” (SPINOZA, 2017, p. 99).

Para o filósofo, um objeto pode ser a causa de muitos e conflitantes afetos, assim como a imagem futura ou passada, pode afetar da mesma forma, pois “durante todo o tempo que o homem é afetado pela imagem de uma coisa, ele a considerará como presente” (SPINOZA, 2017, p. 111).

O afeto é uma ação quando empregado por quem afeta, e uma paixão para quem é afetado:

Por afeto compreendo as afecções do corpo, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada, e ao mesmo tempo as ideias dessas afecções. Assim, quando podemos ser a causa adequada de algumas dessas afecções, por afeto compreendo, então uma ação; em caso contrário, uma paixão (SPINOZA, 2017, p. 98)

Afecções na perspectiva de Spinoza (2017, p. 74) “são modos pelos quais são afetadas as partes do corpo humano e, como consequência, o corpo inteiro”¹¹.

As afecções que geram afetos na perspectiva espinoziana, nos remetem às novas leituras realizadas sobre o tema na atualidade, sobretudo no âmbito da Etologia. “Esse novo olhar sobre a afetividade a retrata como uma força biológica, uma comunicação material, um liame sensorial que une os seres vivos e estrutura entre eles um verdadeiro órgão de coexistência” (CYRULNIK, 1995, p. 12).

A coexistência surge a partir das experiências do mundo ao nosso redor, entretanto “[...] o mundo mental de cada ser humano é constituído de objetos sensoriais cujo significado depende de sua organização neurossensorial e cujo sentido varia segundo sua história pessoal”

¹¹ Para Bergson, “uma afecção é todo e qualquer processo sináptico cerebral resultante de um estímulo aos nossos órgãos sensores” (NEVES, 2009, p. 24).

(CYRULNIK, 1995, p. 18). Assim, “o corpo produz sensações internas e se comunica com outros corpos, e é com base nisso que conseguimos construir conexões sociais e avaliar a realidade à nossa volta” (WAAL, 2010, p. 90).

Antes mesmo do nascimento a criança possui uma comunicação precoce com a mãe por meio da sensorialidade que passa de um para o outro (CYRULNIK, 1999). Como observa o etólogo neerlandês, Frans de Waal, após o nascimento o “mapeamento corporal começa muito cedo. Um bebê humano recém-nascido mostrará a língua em resposta a um adulto que faça o mesmo” (2010, p. 81), portanto podemos considerar que “desde o nascimento, o mundo de um bebê é estruturado pela figura do outro” (CYRULNIK, 1999, p. 165).

Após a saída do útero a criança se depara com uma nova realidade, com um mundo cheio de códigos e linguagens que no decorrer de seu desenvolvimento fundamentará sua postura perante a cultura na qual está inserida.

[...] é na sociedade que a criança pequena, com suas funções mentais maleáveis e relativamente indiferenciadas, se transforma num ser mais complexo. Somente na relação com outros seres humanos é que a criatura impulsiva e desamparada que vem ao mundo se transforma na pessoa psicologicamente desenvolvida que tem o caráter de um indivíduo e merece o nome de ser humano adulto (ELIAS, 1994, p. 23).

Portanto após seu nascimento, a criança “entra num mundo já estruturado por um mito e é nessa ecologia humana embebida de cultura que ela vai tentar trocar e realizar suas promessas biológicas, psicológicas e sociais” (CYRULNIK, 1995, p. 66).

Tanto na evolução filogenética, ou estudo sobre a evolução das espécies, como na evolução ontogenética, ou história da evolução de indivíduo desde a fecundação até a maturidade para a reprodução, observamos que os animais utilizam códigos que permitem a vida em sociedade. Nesse contexto, entendemos que os processos comunicacionais são construções de vínculos que agregam ou segregam indivíduos. *Agregar* no sentido da interação entre indivíduos vinculados sob o termo “nós” e *segregar* no sentido de que a constituição de “nós” implica na observação de outros grupos denominados “outros”, os que estão fora (MENEZES, 2004, p. 29).

Mesmo que possa existir uma recusa do outro, que não pertença ao grupo, nós enquanto seres gregários: “Temos uma necessidade de nos afiliarmos com os outros, e até de nos tornarmos fortemente ligados a algumas pessoas em relacionamentos íntimos e duradouros. Os seres humanos têm um anseio de comunidade” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 96).

A espécie humana possui a necessidade de pertencer, pois nossos elos só se atam perante as relações entre nós. “Não pertencer a ninguém é não se tornar ninguém. Mas pertencer a uma cultura é tornar-se uma pessoa única” (CYRULNIK, 1995, p. 75).

É por meio das relações entre os indivíduos de uma mesma comunidade, que as trocas ocorrem. “Na relação comunitária, o indivíduo, ao partilhar da existência, se reconhece na vida do outro” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 96).

O indivíduo que constitui uma comunidade é ao mesmo tempo indivisível e poroso, ou seja, “suficientemente estável para ser o mesmo quando o biótipo varia e suficientemente poroso para se deixar penetrar” (CYRULNIK, 1999, p. 92). Assim, existe a necessidade no indivíduo humano de estar-com (CYRULNIK, 1999), que permite a transmissão de emoções e de toda a complexidade da linguagem e códigos que faz com que o indivíduo se estruture a partir do outro.

O estar-com constitui a raiz da palavra comunidade, já que nela “o afastamento ou a diferenciação já estão indicados pela preposição *com*. Ao mesmo tempo, entretanto, o *com* nos vincula aos outros, entendidos não como indivíduos prontos, e sim, como exterioridades, para as quais se abre originariamente o si mesmo” (SODRÉ, 2014, p. 213).

A comunidade pode ser compreendida como uma relação que comunga, ou seja, como “a busca de um sentimento de destino humano comum” (CONTRERA, 2009, p. 3). Por meio das trocas entre o indivíduo e o outro, a comunidade se solidifica, assim até mesmo o “linguajar comum, a conversa, cria um campo sensorial de mímicas, sonoridades e maneiras de dizer em que podemos nos encontrar e, com isso, ter a possibilidade da troca de afeto e tecedura do vínculo” (CYRULNIK, 1995, p. 81).

O vínculo pode ser compreendido como um *religare*, “uma experiência antropológica e não sobrenatural” (MIKLOS, 2010, p. 20). “A palavra *religare* é formada pelo prefixo *re* (outra vez, de novo) e o verbo *ligare* (ligar, unir, vincular)” (MIKLOS, 2010, p. 20).

O *religare*, portanto “nesse sentido, é a forma primeira de vínculo, concebida não só como vínculo entre os homens e seus deuses, mas especialmente entre os próprios homens” (MIKLOS, 2010, p. 20).

Apesar de nascermos ligados aos corpos de nossas mães, perante a vida adulta o ser humano busca re-tecer os liames que formam a rede ao seu redor, ou seja, o vínculo. Fazemos uso da “palavra vincular para nos referirmos a laços que unem dois espaços [...] e, entendemos que a sociedade se constitui por um conjunto de vínculos” (MENEZES, 2004, p. 28).

Do latim, *vinculum*, vínculo significa laço, liame, algemas, prisão. Com o decorrer do tempo, o conceito ganhou uma conotação ampla e abstrata passando a ser compreendida como ligação, elo, relação (BAITELLO JUNIOR, 2009).

O filósofo do século XVI, Giordano Bruno por meio de sua obra *De vinculis in genere* (*Os vínculos*), tece um estudo basilar acerca do conceito.

Apontando para compreensão de outros pensadores acerca do tema, Giordano Bruno esclarece:

Para Platão, o vínculo é a beleza ou o acordo das formas, segundo o gênero; para Sócrates, a excelente elegância do espírito; para Timeu, uma tirania da alma; para Plotino, um privilégio da natureza; para Teofrasto, um engano silencioso; para Salomão, “fogo escondido, águas furtivas”; para Teócrito, marfim perdido; para Carnéade, um reino angustiado; para mim, tristeza alegre, alegria triste (BRUNO, 2012, p. 64).

Podemos compreender a interpretação de Bruno em relação à “tristeza alegre” e à “alegria triste” a partir do momento em que percebemos que criar vínculo não é uma tarefa simples. O próprio filósofo alude que “aquele que forma um vínculo não prende o objeto do vínculo facilmente” (BRUNO, 2012, p. 33).

A complexidade em engendrar tal ato se dá pelo fato de que “as entradas pelas quais se lançam os laços são os sentidos” (BRUNO, 2012, p. 62). E aquele que almeja criar um vínculo precisa que “a passagem lhe seja aberta” (BRUNO, 2012, p. 35), pois “nada pode ser atado por um vínculo se não está predisposto a isso” (BRUNO, 2012, p. 40).

Bruno defende que são três as portas que possibilitam a vinculação: a visão, a audição e a mente ou imaginação (2012). Assim, quem “conseguir entrar ao mesmo tempo por todas essas portas, liga da forma mais poderosa e amarra com os nós mais firmes” (BRUNO, 2012, p. 36).

Sendo muitos os tipos de vínculos, o filósofo afirma que: “Vínculos diferentes ingressam por meio de janelas diferentes, e uns têm mais poder sobre uma pessoa e outros, sobre outra pessoa” (BRUNO, 2012, p. 62). Portanto: “Uma pessoa se deleita mais com alguns vínculos; outra com outros; de fato, um vínculo não provém igualmente de todas as coisas nem se aplica a todas igualmente” (BRUNO, 2012, p. 62).

A dificuldade em vincular-se é expressa pelo filósofo na seguinte passagem:

Aquele que forma um vínculo não prende a si a alma, se ela não for capturada; não a captura, se ela não estiver atada; não a ata, se não tiver se unido a ela; não se une a ela, a menos que a tiver alcançado; não a alcança, a não ser por meio de um movimento; não se move, a menos que por meio de um impulso; não tem esse impulso, a não ser depois de ter se inclinado, ou declinado, em direção a ela; não se

inclina, a não ser que tenha sido impelido pelo desejo e pelo apetite por ela; não é movido pelo apetite, a menos que a tenha conhecido; não a conhece, se o objeto, em figura ou simulacro, não se fizer presente a seus olhos e ouvidos, ou a percepções do sentido interno. Aquele que ata faz, portanto, atingir os vínculos por meio do conhecimento em geral, entrelaça os vínculos por afeto em geral: falo de conhecimento em geral, porque às vezes não se pode saber por intermédio de qual sentido a alma foi capturada; e falo em afeto geral, porque às vezes não é fácil defini-lo (BRUNO, 2012, p. 35-36).

Os afetos que passam pelo nosso corpo como afecções podem se transformar nos laços que nos unem, entretanto nas relações em nosso cotidiano é necessário que haja uma abertura, para que os encontros possam ocorrer.

No homem, a ritualização do encontro começa por um gesto de saudação. É um ato motor da mão ou da cabeça que predispõe os futuros parceiros a conversa. Desde logo, no curso de seu desenvolvimento, muito antes de poder falar, o filhote de homem aprendeu a utilizar o rosto e as mãos para expressar sua intenção de estabelecer contato (CYRULNIK, 1995, p. 37).

Os encontros promovem uma profusão de sensações, pois “a sensorialidade do encontro é codificada com rigor. Não se trata de uma massa informe em que os sentidos nos empurrariam uns para os outros, como um impulso amorfo no qual o acaso instigador petrificasse as relações” (CYRULNIK, 1995, p. 43). Quando o encontro é efetivo todos os sentidos possuem um sentido (CYRULNIK, 1995), assim:

Os olhos não servem apenas para ver. Servem também para os olhares se cruzarem e trocarmos nossos afetos. O balé dos olhares e das palavras, sincronizado com perfeição, utiliza o espaço entre os corpos. O ritmo das trocas permite combinar os interlocutores como dois dançarinos “interativos” (CYRULNIK, 1995, p. 43).

A vida em comunidade pode ser considerada “um tecer e destecer ininterrupto das ligações. É assim que efetivamente cresce o indivíduo, partindo de uma rede de pessoas que existiam antes dele para uma rede que ele ajuda a formar” (ELIAS, 1994, p. 30). Portanto “um dos fundamentos das redes são as permutas, que garantem seu movimento. Essas correspondências são o que podemos apreender por Comunicação” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 96).

É a comunicação “que solidifica o fenômeno da vida e da sociabilidade, a estratégia que permite que nos liguemos ao mundo, nossa principal via de acesso ao ambiente” (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 96).

O encontro permite a comunicação e a comunicação permite o encontro. Portanto os “vínculos permitem nossa constituição como animais em relação com outros animais de nossa espécie” (MENEZES, 2004, p. 29).

Assim, as afecções podem afetar e o afeto pode vir a ser vínculo, os encontros e as relações perpassam primeiramente pelo corpo, ou seja:

[...] a instância “corpo” é fundante para o processo comunicativo como um todo. É com ele que se conquista a vertical, a dimensão do espaço que configura as codificações do poder. É com ele que se conquista a dimensão da horizontalidade e as relações solidárias de igualdade. É com o corpo, gerando vínculos, que alguém se apropria de seu espaço e de seu próprio tempo de vida, compartilhando-os com outros sujeitos (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 96).

Os encontros são possíveis por meio da comunicação, que acontece por meio do ritual entre aqueles que estão receptivos. “Esse ritual pode ser descrito em termos etológicos como um verdadeiro ‘intermediário’ sensorial, que permite harmonizar os corpos, comunicar emoções e trocar ideias. Quando o ritual não consegue se implantar, irrompe a violência” (CYRULNIK, 1995, p. 102).

Os vínculos são os encontros, as relações que nos atam. Um processo que se constitui em construir e atravessar pontes, um caminho que nos une e, portanto nos transforma.

Na atualidade com a influência das tecnologias digitais, o ser humano muitas vezes distancia-se dos corpos e se aproxima das máquinas. A adesão de tais tecnologias provoca questionamentos acerca de sua influência e, das possíveis consequências sobre os vínculos.

3.3 A internet

Podemos compreender que “uma rede é um conjunto de nós interconectados” (CASTELLS, 2003, p. 7). Do latim *retioulus*, a palavra rede significa “entrelaçamento de fios, cordas, cordéis, arames etc., com aberturas regulares, fixadas por malhas, formando uma espécie de tecido” (PRIMO, 2009, p. 399). Já a palavra nós, do latim *nodare* significa atar, prender com nós (MARTINEZ, 2016).

Uma rede é formada por um conjunto de nós e suas conexões. Um computador pode ser um dos nós em uma rede informática; uma emissora local pode ser um nó em uma rede nacional de radiodifusão; uma estudante pode ser um dos nós em uma rede social de determinado colégio (PRIMO, 2009, p. 399).

A formação das redes é “uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet” (CASTELLS, 2003, p. 7).

A “*Internet* termo vindo do inglês *net*, rede, interligação de redes” (CAMPOS, 2009, p. 71), foi criada para buscar “o desenvolvimento de um sistema de compartilhamento de informações através de computadores conectados de maneira a formar uma rede a fim de garantir a preservação dos dados sob qualquer circunstância” (CAMPOS, 2009, p. 71).

Ela surge como uma estratégia de defesa militar e não como um projeto de lucro empresarial, assim:

As raízes da internet remontam à década de 1960, durante a Guerra Fria, quando o Departamento de Defesa dos Estados Unidos (ARPA – Advanced research Projects Agency) cria a Arpanet como uma estratégia comunicacional desenvolvida para fins militares (CAMPOS, 2009, p. 71).

Em 1989, o impulso da *internet* surge quando os “pesquisadores CERN, laboratório destinado aos estudos de Física em Genebra, criam o WWW – *Wide World Web*, um recurso hipertextual de viabilização multimidiática da rede” (LEMOS, 2010, p. 103). Assim, “a junção de imagem, sons e texto acessados de maneira mais simples do que os antigos programas começam a atrair indivíduos das mais diversas áreas de interesse” (LEMOS, 2010, p. 103).

A partir de seu desenvolvimento a *web* torna-se uma “parte importante da internet e uma das principais responsáveis por sua expansão” (CAMPOS, 2009, p. 71).

Embora popularmente utilize-se os termos internet e web como sinônimos, a internet é uma rede heterogênea, uma rede de muitas redes, incluindo a web. Além da world wide web (www), a internet abriga diversos serviços utilizados em larga escala, como correio eletrônico para envio de mensagens eletrônicas, o acesso remoto a dados em determinados computadores, processos de hipermedia e compartilhamento de arquivos, além de processos de sociabilidade e colaboração através das redes sociais (CAMPOS, 2009, p. 71).

Antes mesmo da *internet* o ser humano transformou a noção de localidade geográfica por meio das cartas, do telefone etc., permitindo a comunicação independente da presença física (RECUERO, 2009). Entretanto é a *internet* “que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global” (CASTELLS, 2003, p. 8).

A comunicação em larga escala e seu papel nas sociedades pode ser interpretado a partir de perspectivas distintas. No livro *Métodos de pesquisa para internet*, as pesquisadoras brasileiras Suelly Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral apontam que a *internet* pode ser compreendida como cultura ou como artefato cultural (2016).

Enquanto cultura, a *internet* é considerada um espaço distinto do *off-line*. Nesse aspecto ela seria uma cultura encerrada nela mesma, autossuficiente e alienante que independe do *off-line* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016).

Pela perspectiva da *internet* enquanto artefato cultural, ela é compreendida como um elemento da cultura onde há uma a integração dos âmbitos *on-line* e *off-line* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016). Assim, “a noção da internet como artefato cultural oportuniza o entendimento do objeto como um local intersticial em que as fronteiras entre *on-line* e *off-line* são fluidas e ambos interatuam” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, p. 42, 2016).

Como artefato cultural, a *internet* pode ser compreendida como “uma extensão da vida como ela é, em todas as suas dimensões e sob todas as suas modalidades” (CASTELLS, 2003, p. 100).

As consequências da relação entre o ser humano e a tecnologia podem ser observadas no decorrer da história. “Por um lado, todas as tecnologias de que dispomos, as de comunicação digital inclusive, são produtos de nossas próprias intenções e propósitos. Por outro lado, o modo como nos apropriamos delas, os usos que fazemos, reinventam constantemente suas características” (RECUERO, 2009, p. 12-13).

[...] as pessoas, as instituições, as companhias e a sociedade em geral transformam a tecnologia, qualquer tecnologia, apropriando-a, modificando-a, experimentando-a. Esta é a lição fundamental que a história social da tecnologia ensina, e isso é ainda mais verdadeiro no caso da Internet, uma tecnologia da comunicação. A comunicação consciente (linguagem humana) é o que faz a especificidade biológica da espécie humana. Como nossa prática é baseada na comunicação, e a Internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria Internet. Um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação (CASTELLS, 2003, p. 10).

O relatório divulgado em 2018, sobre o uso da internet em escala global intitulado *Digital in 2018*¹², realizado pelos serviços *on-line* Hootsuite e We Are Social, demonstra que dos 7.593 bilhões de pessoas no mundo, 4.021 bilhões possuem acesso à rede *on-line*. Esse dado indica que 53% da população mundial estão conectadas.

¹² Disponível em: <https://hootsuite.com/pt/pages/digital-in-2018>.

A partir desses novos fenômenos midiáticos surge o termo cibercultura.

A cibercultura é o nome dado ao ambiente contemporâneo das redes midiáticas e que é correlata à fase atual do capitalismo tardio. Cibercultura é também um sinônimo para a sociedade da informação avançada. A expressão cibercultura está relacionada com computadores, hardwares e softwares, redes telemáticas, Internet e tecnologias digitais (MIKLOS, 2010, p. 77).

Podemos compreender o ciberespaço como uma “ágora eletrônica global em que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques” (CASTELLS, 2003, p. 115), e como um sistema complexo “na medida em que a rede se situa na esfera da aglutinação do público/privado, do local/global” (MIKLOS, 2010, p. 87).

O pesquisador brasileiro André Lemos define cibercultura como:

[...] o conjunto tecnocultural emergente no final do século XX impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática e o surgimento das redes telemáticas mundiais: uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações de trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social (2010, p. 21-22).

O ser humano enquanto ser gregário desenvolve-se a partir de suas relações sociais, de sua rede social que é constituída por sua família, amigos, colegas de trabalho etc. “As comunidades, ao menos na tradição da pesquisa sociológica, baseavam-se no compartilhamento de valores e organização social. As redes são montadas pelas escolhas e estratégias de atores sociais, sejam indivíduos, famílias ou grupos sociais” (CASTELLS, 2003, p. 107). “Uma rede social é sempre um conjunto de atores e suas relações” (RECUERO, 2009, p. 69).

A *internet* possibilita manter e desenvolver novos agrupamentos, “uma rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (MIKLOS, 2010, p. 89). Desta forma, “as redes sociais *on-line* tornam-se cada vez mais ‘tácteis’, no sentido em que é doravante possível sentir continuamente o pulso de um conjunto de relações” (LEMOS, 2010, p. 12).

No âmbito *on-line* podemos encontrar distintas comunidades, em distintas redes sociais que possibilitam novas maneiras do ser humano se relacionar.

3.4 As comunidades *on-line*

As comunidades humanas engendram as relações e as redes responsáveis por compartilhar a cultura entre os leitos do tempo que perpetuam a espécie *sapiens*.

Com o desenvolvimento da *internet* novas comunidades surgem possibilitando a aproximação de pessoas que compartilham interesses em comum, transgredindo os espaços geográficos. “A comunicação em rede afetou a rotina em empresas, casas, universidades, alterando processos de conexões tradicionais” (MIKLOS, 2010, p. 90).

Uma comunidade *on-line* “é simplesmente um grupo de pessoas que estão em relação por intermédio do ciberespaço” (LEMOS, 2010, p. 101).

O jornalista estadunidense Howard Rheingold, em seu livro *Virtual Communities* (1993), popularizou o debate sobre as comunidades virtuais. Para Rheingold, as comunidades virtuais são um espaço que permite que as pessoas se apaixonem, troquem experiências pessoais e profissionais por meio de computadores em rede (LEMOS, 2010).

Desta maneira, a “*internet* coloca o mundo social, em todo seu desarranjo e complexidade, na soleira da sua porta” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016, p. 11).

O encontro de indivíduos em âmbito *on-line* desenvolve as redes sociais que podem ser definidas como “o conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (RECUERO, 2009, p. 24). Assim, “em termos gerais, conexões de uma rede social são construídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2009, p. 30).

O desenvolvimento das redes sociais *online* possibilita aos indivíduos a construção de redes de contatos, de amigos e de relações, pois eles “participam de clubes, instauram grupos de trabalho, trocam mensagens, compartilham suas paixões, tagarelam, negociam coletivamente suas reputações, gerenciam conhecimentos, realizam encontros amorosos ou profissionais” (LEMOS, 2010, p. 12).

Com 3.196 bilhões de pessoas usando redes sociais *on-line* ao redor do mundo¹³ podemos considerar que:

[...] com as comunidades virtuais e as atuais redes sociais do ciberespaço, seus membros compartilham um espaço telemático e simbólico (mensagens instantâneas, *blogs*, *softwares* sociais, *microblogs*, *websites*) mantendo certa permanência temporal e fazendo com que seus participantes sintam-se parte de um agrupamento de tipo comunitário, diferentemente de outros que podem se dar no mesmo espaço

¹³ Pesquisa *Digital in 2018* realizada pelos serviços *on-line* *Hootsuite* e *We Are Social*. Disponível em: <https://hootsuite.com/pt/pages/digital-in-2018>.

telemático sem, no entanto, guardarem qualquer vínculo afetivo e/ou temporal. Não se pode generalizar para toda forma socialmente agregadora da Internet o rótulo de comunitária. Nesse sentido, podemos ter agrupamentos comunitários ou não, a depender da forma de integração de seus usuários e do pertencimento simbólico e temporal (LEMOS, 2010, p. 102).

A partir da observação dos fenômenos nas redes sociais *on-line* podemos considerar que “essas novas ferramentas potencializam a criação de novas redes sociais que por sua vez sinalizam que por trás da almejada interatividade existe de fato uma busca pela criação de vínculos que propiciem um sentimento de pertencência” (MIKLOS, 2010, p. 92).

A interação no ciberespaço “pode ser compreendida como uma forma de conectar pares de atores e de demonstrar que tipo de relação esses atores possuem. Ela pode ser diretamente relacionada aos laços sociais” (RECUERO, 2009, p. 34). Esses laços podem ser divididos em dois: os laços fortes e os laços fracos.

Os laços fortes em redes sociais *onli-ne* constituem-se dos indivíduos que se conectam e dividem sua intimidade com grupos sociais próximos, como familiares, amigos etc. Já os laços fracos são as conexões feitas com conhecidos ou com pessoas em que o grau de intimidade seja superficial (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016).

A interação é uma “ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social” (RECUERO, 2009, p. 31). Desta maneira, “compreende sempre o alter e o ego como elementos fundamentais, onde um constitui-se em elemento de orientação para o outro. A ação de um depende da reação do outro, e há orientação com relação às expectativas” (RECUERO, 2009, p. 30).

Ela implica, portanto a reciprocidade entre os envolvidos, pois a ação de um ator depende da percepção de outro. A partir das influências e motivações particulares de cada indivíduo, a interação se desenvolve com a percepção do universo que os rodeia (RECUERO, 2009). Podemos dizer, portanto que a interação “tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo” (RECUERO, 2009, p. 31).

No Brasil, encontramos redes sociais *on-line* como *Twitter*, *Blogs*, *Instagram*, *Facebook*, entre outros. Em relação à rede social *Instagram*, por exemplo, o país encontra-se em segundo lugar no *ranking* mundial, com 57 milhões de usuários ativos¹⁴.

¹⁴ Disponível em: <https://hootsuite.com/pt/pages/digital-in-2018>.

3.5 O Facebook

Com 130 milhões de usuários ativos no Brasil¹⁵, a rede social *on-line Facebook* foi criada pelo estadunidense Mark Zuckerberg. Lançada em 2004, o sistema surge com a proposta de criar uma rede entre os alunos que estavam saindo do ensino secundário (*High School*) e aqueles que estavam ingressando na universidade. Foi disponibilizado inicialmente para os alunos da Unversidade de Harvard, e posteriormente foi aberto aos alunos do ensino secundário (RECUERO, 2009).

O *Facebook* funciona por meio de perfis e comunidades. “Em cada perfil, é possível acrescentar módulos de aplicativos (jogos, ferramentas etc.)” (RECUERO, 2009, p. 172). “O sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil um dos outros” (RECUERO, 2009, p. 172).

Apesar de sua aparente privacidade a rede social *on-line Facebook* é oferecida de forma gratuita, portanto qualquer pessoa que possua acesso a um aparelho capaz de rede pode criar uma conta e acessar o perfil de outros indivíduos (Fig. 3).



Fonte: *Facebook*, 2018.

¹⁵ O Brasil em 2018 encontra-se em terceiro lugar no *ranking* mundial sobre o uso do *Facebook*. Disponível em: <https://hootsuite.com/pt/pages/digital-in-2018>.

Além de poder criar uma conta que disponibiliza informações conforme o desejo do indivíduo, por meio de seu perfil, os usuários que aderem à rede social *on-line* podem criar páginas relacionadas a assuntos pelos quais se interessam. Ao criar uma página o usuário pode escolher em qual categoria ela está inserida: Negócio local ou lugar; Empresa, organização ou instituição; Marca ou produto; Artista, banda ou figura pública; Entretenimento; Causa ou comunidade¹⁶.

A rede social *on-line* possibilita aos atores reagirem às publicações uns dos outros por meio do “curtir”, “comentar” ou “compartilhar”, além de disponibilizar aos seus usuários o *Facebook Messenger*, que permite a troca de mensagens instantâneas, particulares e/ou coletivas de forma privada.

¹⁶ Informações obtidas no *site* da rede social *on-line Facebook* (<https://www.facebook.com/>).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O primeiro procedimento metodológico adotado para a realização da pesquisa é a revisão de literatura. A partir dos autores apresentados no decorrer das disciplinas cursadas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Universidade de Sorocaba, realizamos uma série de buscas nas plataformas digitais Portal Periódicos Capes (<http://www.periodicos.capes.gov.br/>) e Google Acadêmico (<https://scholar.google.com.br/>). Por meio de palavras-chave como “astrologia”, “astrologia e comunicação”, “vínculo”, “vínculo e comunicação”, “afeto”, “afeto e comunicação”, “narrativas míticas”, “rede social” etc., buscamos mapear as produções acadêmicas relacionadas à nossa pesquisa.

O segundo passo desenvolvido, foi mapear de que maneira a astrologia é vinculada na rede social *on-line Facebook*. No dia 13 de julho de 2018 realizamos por meio da ferramenta de pesquisa, disponível no próprio *Facebook*, três buscas utilizando as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”.

Para realizar a análise dos dados optamos pelo método de análise de conteúdo da socióloga francesa Laurence Bardin (2011). Optamos pelo método, pois em pesquisa realizada em 2014, sobre o emprego da análise de conteúdo, em estudos no campo do Jornalismo, apresentados na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, entre 1996 e 2012, indicou que há adesão do método em pesquisas realizadas no Brasil (MARTINEZ; PESSONI, 2014).

A adesão do método desenvolvido por Bardin, em trabalhos dos pesquisadores que integram o Grupo de Pesquisas em Narrativas Midiáticas (NAMI/Uniso/CNPq), tais como de Azoubel (2016a, 2016b, 2016c, 2016d, 2015a, 2015b, 2015c, 2015d, 2015e, 2015f e 2015g), Fidelis (2018), Heidemann (2017), Iuama (2016a, 2016b e 2015), Martinez (2017, 2016a, 2015, 2014a, 2014b, 2014c, 2014d, 2014e e 2014f), Paiva (2017a, 2017b e 2017c), Scaranello (2017), Silva (2017 e 2016) entre outros, também contribuiu para a sua escolha.

Bardin (2011) compreende a análise de conteúdo como um método que pode ser aplicado a conteúdos diversificados, pois se trata de um método polimorfo e polifuncional. O método estrutura-se a partir da observação de um intervalo de tempo entre o estímulo-mensagem e a reação interpretativa que possibilita a criação de categorias de análise.

A partir dos resultados obtidos na pesquisa realizada no dia 13 de julho, de 2018, na rede social *on-line Facebook*, chegamos a quatro categorias de análise:

- a) Quantas páginas retornam perante a busca na rede social *on-line Facebook* ao utilizarmos as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”¹⁷;
- b) Quais páginas possuem o maior número de curtidas/seguidores;
- c) De que maneira a astrologia é abordada nas páginas com maior número de curtidas/seguidores¹⁸;
- d) De que maneira os atores que participam dessas páginas interagem.

4.1 Astrologia no *Facebook*

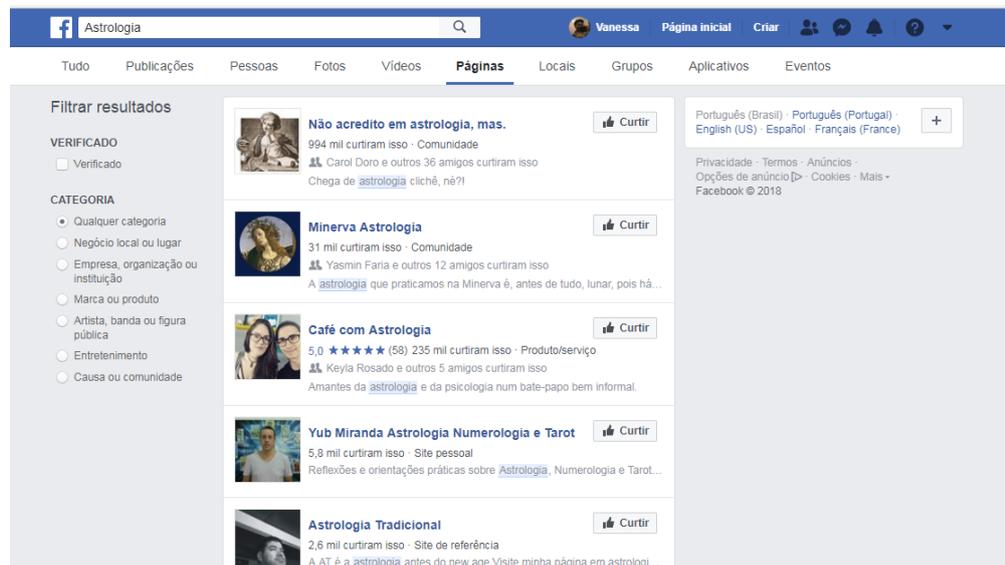
Para observar de que maneira a astrologia é divulgada na rede social *on-line Facebook* realizamos no dia 13 de julho de 2018, por meio da ferramenta de pesquisa disponibilizada na própria rede, três buscas utilizando as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”. Utilizamos como filtro a opção “Qualquer categoria” e “Páginas” (Fig. 4).

A partir dos resultados foi possível mapear a quantidade de páginas existentes para cada palavra-chave utilizada. Desta forma, obtivemos um total de 104 páginas para a palavra-chave “Astrologia”, 103 páginas para a palavra-chave “Signos” e 101 páginas para a palavra-chave “Horóscopo”.

Com o total de 308 páginas encontradas, chama-nos a atenção que a quantidade de páginas que retornaram para cada palavra-chave é próxima, o que nos indica em um primeiro momento, o interesse dos atores que participam da rede social *on-line Facebook* a temas diversos relacionados à astrologia.

¹⁷ Compreendemos que se tivéssemos adotado outras palavras-chave os resultados possivelmente seriam diferentes, entretanto perante uma miríade de possibilidades concluímos que para esta pesquisa as palavras-chave adotadas possibilitam observar o fenômeno que nos propomos avaliar.

Figura 4 – Busca realizada no dia 13 de julho, de 2018



Fonte: Facebook, 2018.

Observando os resultados gerados analisamos quais páginas possuíam o maior número de curtidas/seguidores¹⁶. Optamos inicialmente por destacar três páginas de cada palavra-chave (Quad. 2; Quad. 3; Quad. 4):

Quadro 2 – Resultado da pesquisa para “Astrologia”

Palavra-Chave Astrologia			
Nome da Página	Número de “curtidas”	Número de “seguidores”	Categoria
Diva da Astrologia	1.279.790 milhões	1.278.775 milhões	Comunidade
Não acredito em astrologia, mas.	994.241 mil	997.113 mil	Comunidade
Astrologia Sincera	701.553 mil	699.417 mil	Comunidade

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Observando os dados referentes às três páginas com o maior número de curtidas/seguidores¹⁹, percebemos que há diferença entre elas. Se destacarmos o aspecto curtir, percebemos que a diferença entre a página *Diva da Astrologia* e a página *Não acredito em astrologia, mas.* é de um total de 285.549 mil curtidas. Ao compararmos a página *Diva da*

¹⁶ Cada curtir/seguir equivale a uma conta da rede social *on-line Facebook*. Ao seguir uma pessoa ou página o indivíduo recebe os conteúdos postados em seu *Feed* de Notícias.

¹⁹ A diferença entre o número de curtidas e seguidores ocorre, pois o usuário pode desabilitar a função seguir, ficando registrada apenas a curtida.

Astrologia com Astrologia sincera, a diferença é ainda maior, um total de 578.237 mil curtidas.

Quadro 3 – Resultado da pesquisa para “Signos”

Palavra-Chave Signos			
Nome da Página	Número de “curtidas”	Número de “seguidores”	Categoria
Signos da Zueira	4.366.523 milhões	4.441.402 milhões	Entretenimento
G1 dos Signos	2.508.338 milhões	2.523.494 milhões	Comunidade
O signo dela é	2.033.921 milhões	2.050.508 milhões	Comunidade

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Nas páginas relacionadas à busca referente a palavra-chave “Signos”, observamos que a diferença de curtidas entre *Signos da Zueira* e *G1 dos Signos* é de 1.858.185 milhão, enquanto entre *Signos da Zueira* e *O Signo dela é* possuem a diferença de 2.332.602 milhões. Também podemos observar que a página *Signos da Zueira* é a que possui o maior número de seguidores/curtidas, e está inserida em uma categoria diferente das demais.

Quadro 4 – Resultado da pesquisa para “Horóscopo”

Palavra-Chave Horóscopo			
Nome da Página	Número de “curtidas”	Número de “seguidores”	Categoria
Horóscopo diário	335.816 mil	331.607 mil	Página do aplicativo
Horóscopo Diário	326.026 mil	324.994 mil	Entretenimento
Horóscopo Virtual	241.485 mil	240.092 mil	Entretenimento

Fonte: Elaboração própria, 2018.

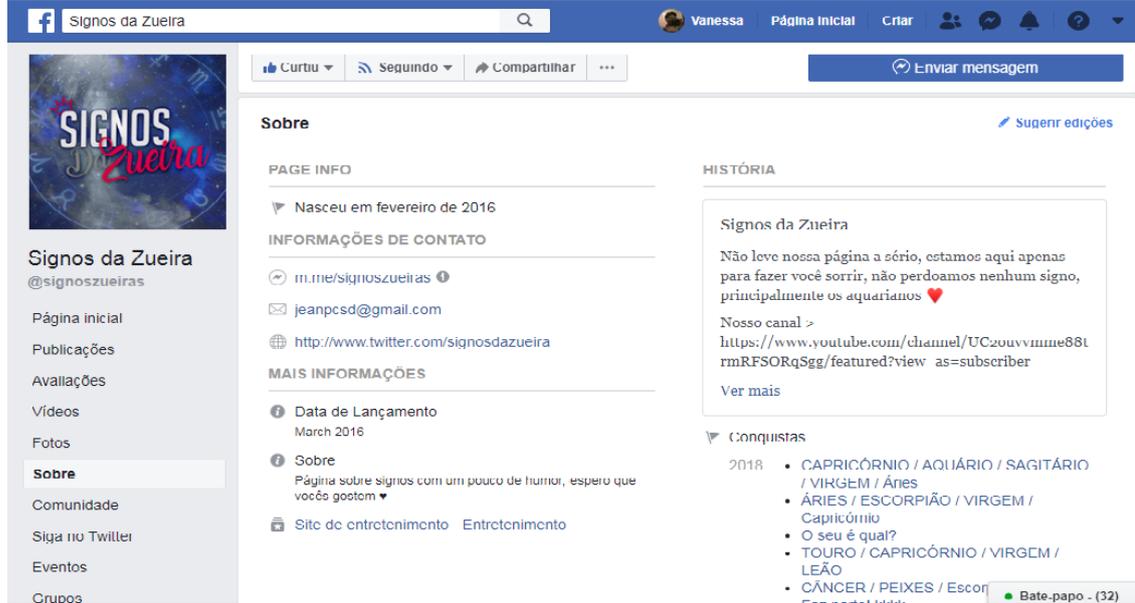
A diferença entre o número de curtidas entre *Horóscopo diário* e *Horóscopo Diário* é de 9.760 mil, enquanto a diferença entre *Horóscopo diário* e *Horóscopo Virtual* é de 94.331 mil. A página com o maior número de curtidas, *Horóscopo diário* aparentemente está inserida na categoria negócios.

A rede social *on-line Facebook* possibilita a criação de páginas em seis categorias distintas (Negócio local ou lugar; Empresa, organização ou instituição; Marca ou produto; Artista, banda ou figura pública; Entretenimento; Causa ou comunidade), porém observamos que três aparecem nas páginas selecionadas, sendo elas comunidade, entretenimento e página de aplicativo.

A partir da observação dos quadros percebemos que as páginas *Diva da Astrologia*, *Signos da Zueira* e *Horóscopo diário* possuem o maior número de curtidas/seguidores.

É possível acessar mais informações sobre cada página como data de lançamento, categoria e descrição acessando a opção “sobre” e “informações e anúncios” (Fig. 5).

Figura 5 – É possível encontrar informações relacionadas às páginas clicando em “sobre”



Fonte: Facebook, 2018.

Inserida na categoria entretenimento, a página *Diva da Astrologia* possui a seguinte descrição: “Olá meu nome é Nayara Lorrayne, Sou A Diva Da Astrologia, Louca dos signos, maníaca do mapa astral kkk, Se vc se intitula algo assim curte a página!!!!”. Com 1.279.790 milhões de curtidas e 1.278.775 milhões de seguidores, a página oferece no campo “loja” acesso a fotografias de produtos com seus respectivos preços, como incensos, porta incensos e pedras como ágata, que podem ser comprados por meio do *Facebook Messenger*. Inicialmente a página, criada em 10 de outubro de 2014, tinha o nome de *Astrologia Da Depressão*, entretanto em 4 de agosto de 2015 seu nome foi alterado para o atual.

Na categoria entretenimento, *Signos da Zueira* possui a seguinte descrição: “Página sobre signos com um pouco de humor, espero que vocês gostem ♥”. Com 4.366.523 milhões de curtidas e 4.441.402 milhões de seguidores, a página possui uma segunda descrição no campo “História”. A descrição diz: “Não leve nossa página a sério, estamos aqui apenas para fazer você sorrir, não perdoamos nenhum signo, principalmente os aquarianos”.

A página surgiu em 13 de dezembro de 2011, com o nome *ClubeDosDoidos*. Em 5 de dezembro de 2015, seu nome foi alterado para *Clube Dos Doidos*. Sofreu ainda uma terceira

alteração no nome em 4 de março de 2014, passando a se chamar *Signos da Zueira Clube Dos Doidos*. Em 5 de março de 2016, recebeu a última alteração passando a usar o nome atual.

A página divulga o *link* de duas outras redes sociais *on-line*, na qual também está inserida, *Twitter*²⁰ e *Youtube*²¹. No *Twitter*, @signosdazueira possui 1.384.571 milhões de seguidores, a conta na rede social *on-line* existe desde maio de 2009, e divulga o *link* do site *Portal Astros*²², criado em 2018.

Criado em 21 de janeiro de 2017, o canal no *Youtube* chamado *Signos da Zueira: Curiosidades Astrais* possui 1.490 mil inscritos. O canal divulga vídeos como *Quais são os signos mais perigosos?*²³ e possui 1.294 mil visualizações. Apesar de não ser em todos os vídeos, uma marca d'água com os dizeres *Facebook.com/SignosZueiras* é encontrado na reprodução dos conteúdos.

Com 335.816 mil curtidas e 331.607 mil seguidores, a página *Horóscopo diário* nunca alterou o nome. Ela foi criada em 17 de fevereiro de 2012, e possui na descrição a informação de que é uma página de aplicativo. Junto à descrição existem dois *links*: <<http://apps.facebook.com/oteuhoroscopodiario/>> e <<http://www.socialsweethearts.de/em/contact.html>>. Ao abrir os *links*, o primeiro aparece como não encontrado, enquanto o segundo leva a uma empresa alemã que desenvolve estratégias de publicação na *internet*.

Acompanhamos durante a semana do dia 4 ao dia 10 de novembro, de 2018, as publicações das páginas com o maior número de curtidas/seguidores, para buscar compreender de que maneira as representações sobre a astrologia são veiculadas.

O uso de imagens com pequenos textos são predominantes nas publicações das três páginas, mensagens contendo *links* relacionados a astrólogos ou *sites* de astrologia não foram publicadas no período observado.

Durante a semana do dia 4 a 10 de novembro, a página *Diva da Astrologia* publicou 24 vezes. Suas publicações abordaram temas relacionados à astrologia, não possuindo nenhum outro tipo de conteúdo. Além dessa característica, ela é a única que compartilha os símbolos dos signos nas postagens (Fig. 6).

²⁰ Disponível em: <http://www.twitter.com/signosdazueira>.

²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC2ouvvmmme88trmRFSORqSgg/featured>.

²² Disponível em: <http://www.portalastros.com/>.

²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eeUBrqHII3Q>.

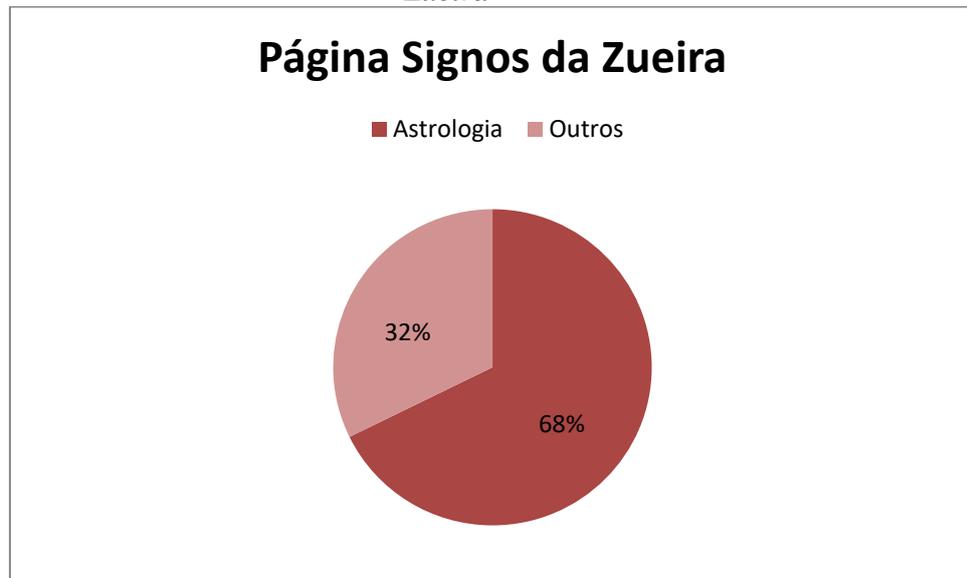
Figura 6 – A página Diva da Astrologia costuma compartilhar os símbolos dos signos nas publicações



Fonte: *Facebook*, 2018.

A página *Signos da Zueira* publicou 186 vezes durante o período observado, entretanto seu conteúdo não ficou restrito à astrologia. Os outros temas abordados envolvem curiosidades, notícias sobre artistas, programas de televisão, cinema, histórias sobre cachorros e gatos etc. (Graf. 1).

Gráfico 1 – Distribuição dos assuntos abordados nas publicações da página *Signos da Zueira*



Fonte: Elaboração própria, 2018.

A página *Signos da Zueira* é a que possui maior participação de seus seguidores. A postagem feita no dia 6 de novembro, sozinha, possui 9,6 mil curtidas (Fig. 7). Somando os sete dias observados, a página *Horóscopo diário*, possui o total de 5.580 curtidas, enquanto a página *Diva da Astrologia* soma o total de 10.550 curtidas. Essa diferença pode estar relacionada diretamente à quantidade de atores vinculados a cada página.

Figura 7 – Postagem da página *Signos da Zueira* com mais de 9,6 mil curtidas



Fonte: Facebook, 2018.

Postagens que citam os doze signos do zodíaco costumam acionar uma participação maior dos atores que acompanham as páginas, quando há comparações, postagens de quem é o melhor ou pior ou temas que envolvem amor, há um número maior de manifestações por meio do curtir, comentar e compartilhar.

Relacionado aos temas divulgados no período do dia 04 a 10 de novembro, em todas as páginas, observamos que as publicações podem ser distribuídas em seis temas principais, aquelas que citam um signo, amor, citam mais de um signo, tema aberto²⁴, horóscopo e mapa astral²⁵ (Quad. 5). Algumas publicações entram em mais de uma categoria. Existem exemplos que citam mais de um signo do zodíaco para apontar se as combinações são favoráveis ou não para os relacionamentos, inclusive os relacionamentos amorosos.

Quadro 5 – Distribuição das postagens por tema

Distribuição de temas nas páginas				
Temas	Quantidade	Curtidas	Comentários	Compartilhar
Cita um signo	37	38.007 mil	10.965 mil	14.413 mil
Amor	46	58.322 mil	12.772 mil	23.861 mil
Cita mais de um signo	72	36.046 mil	32.813 mil	88.754 mil
Tema aberto	21	13.183 mil	7.733 mil	9.728 mil
Horóscopo	11	497	9	42
Mapa Astral	3	1.739 mil	207	551

Fonte: Elaboração própria, 2018.

A partir dos dados do quadro podemos observar que o tema horóscopo possui a menor interação dos atores das páginas. Também observamos que os temas que envolvem um ou mais signos se destacam tanto na quantidade das publicações, quanto na participação dos indivíduos.

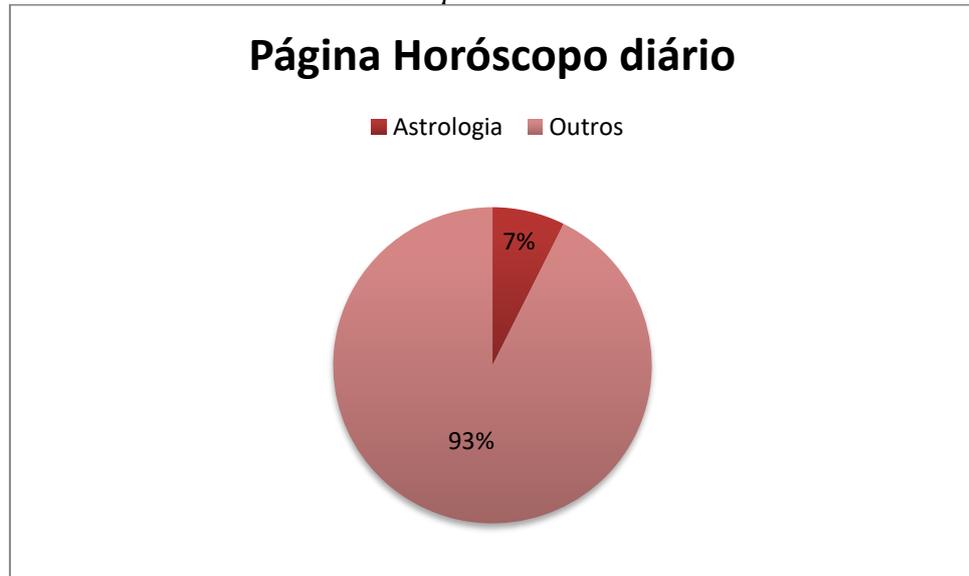
Nas páginas enquanto temas relacionados ao amor são recorrentes, temas relacionados a dinheiro não foram observados.

A página *Horóscopo diário* postou 122 vezes, entretanto 7% das publicações faziam menção à astrologia. Os demais conteúdos possuem relação com questionários (quizes), frases motivacionais, dicas para a saúde, programas de televisão, curiosidades etc. (Graf. 2). A maior parte das publicações são *links* que levam a outros *sites*.

²⁴ Consideramos um tema aberto aqueles que abordam a astrologia sem citar um signo ou alguma característica específica, como na publicação do dia 8 de novembro, da página Diva da astrologia que diz: “Escreva seu signo ‘é tão’ e complete com a terceira opção do corretor”.

²⁵ Consideramos o tema “mapa astral” aqueles que citam outros elementos relacionados à astrologia como Vênus e Mercúrio.

Gráfico 2 – Distribuição dos assuntos abordados nas publicações da página *Horóscopo diário*

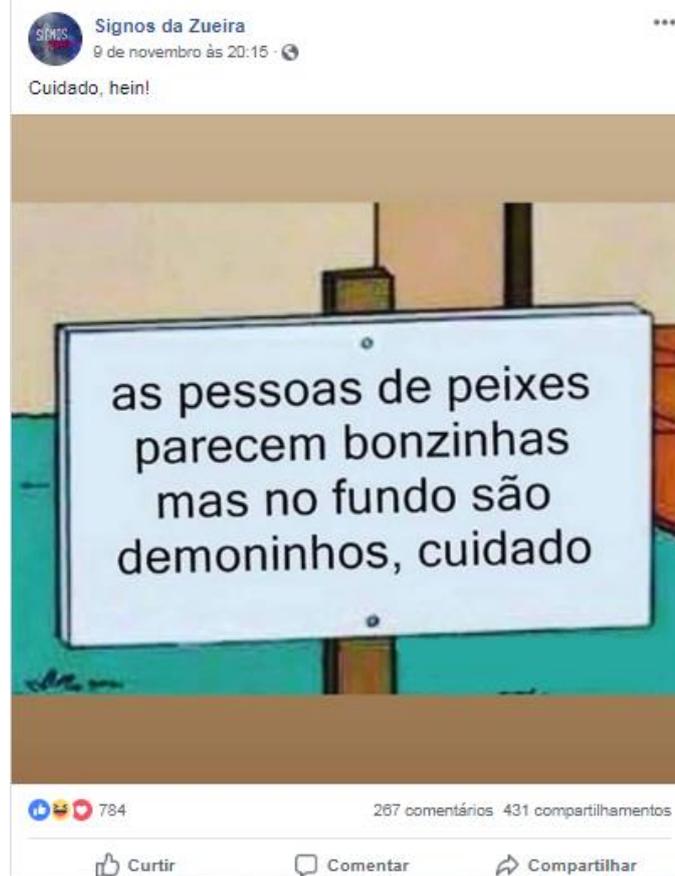


Fonte: Elaboração própria, 2018.

Em relação à interação dos atores nas páginas optamos por observar os comentários de duas postagens relacionadas à astrologia. Uma publicação sobre o signo solar na página *Signos da Zueira*, do dia 9 de novembro, sobre o signo de Peixes (Fig. 8) e uma postagem da página *Diva da Astrologia*, do dia 8 de novembro relacionada à Vênus²⁶ em Áries, Peixes e Câncer. Não destacamos nenhuma publicação da página *Horóscopo diário*, pois além da interação dos atores ser baixa e/ou quase nula, quando ela existe segue o padrão observado nas outras páginas.

²⁶ Chamada pela astrologia popular como o planeta do Amor (SICUTERI, 1998).

Figura 8 – Postagem sobre o signo de Peixes



Fonte: *Facebook*, 2018.

Com 267 comentários, 431 compartilhamentos e 784 curtidas, a postagem relacionada ao signo de Peixes sugere que a bondade dos nativos desse signo não condiz com a “realidade”.

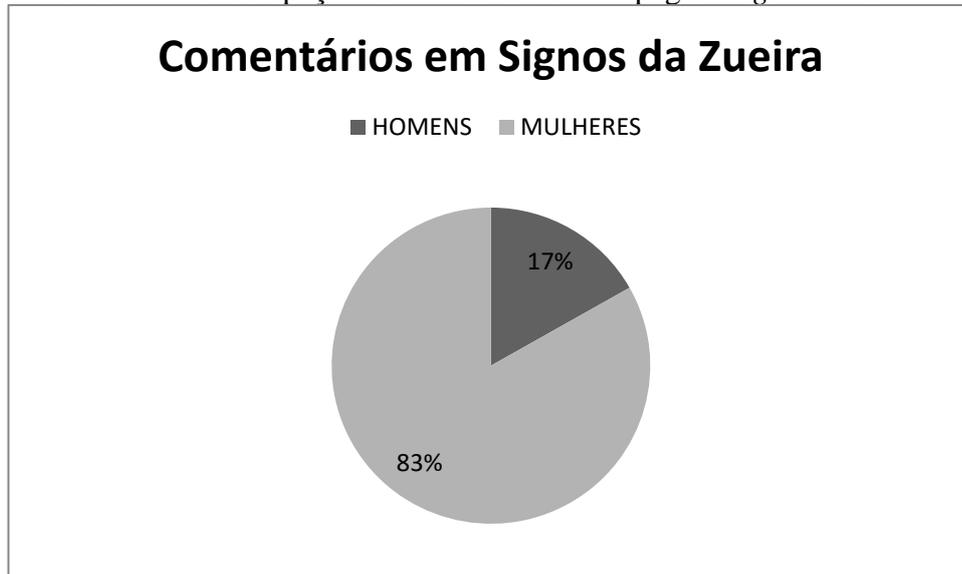
As reações relacionadas à ação curtir são variadas, sendo que 435 pessoas usaram o emoji²⁷ “Curtir”, 287 o “Haha”, 36 o “Amei”, 16 o “Uau”, 8 o “Triste” e 2 o “Grr” (Fig. 10).

Figura 9 – Interação dos atores sobre a postagem referente ao signo de Peixes

Todas as 784 reações 👍 435 😂 287 ❤️ 36 🤩 16 😞 8 🤬 2 ✕

Fonte: *Facebook*, 2018.

²⁷ O termo significa imagem capaz de transmitir a ideia de uma palavra ou frase completa. Disponível em: <https://www.significados.com.br/emoji/>.

Gráfico 3 – Participações nos comentários da página *Signos da Zueira*

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Nas publicações além da ação curtir, também observamos a ação comentar e compartilhar. É recorrente os atores marcarem outras pessoas nas publicações, assim como as pessoas que foram marcadas responderem. Em 82% das vezes as pessoas são marcadas por mulheres e 18% das vezes por homens. Das 147 mulheres marcadas em publicações, 118 responderam, enquanto dos 71 homens marcados, 41 responderam.

Geralmente as marcações possuem apenas o nome da pessoa, quando há algum acréscimo de palavras encontramos o nome mais: “é vc?”, “é verdade?”, “calúnia”, “sabia” e assim por diante.

Os breves diálogos que ocorrem quando um indivíduo responde à marcação não costumam sofrer interferência das outras pessoas que participam da página. Quando não há pessoas marcadas outros atores da página costumam se manifestar. Esse fenômeno costuma ser recorrente em publicações com temas mais abertos, como a do dia 10 de novembro: “Eu julgo as pessoas pelo signo”, com um total de 6,2 mil curtidas, 1 mil comentários e 7.064 mil compartilhamentos. Além das respostas nos comentários, o número de curtidas e compartilhamento também costuma ser maior.

Em publicações que citam um número maior de signos, como a do dia 8 de novembro, sobre “os signos que nasceram um pro outro” o mesmo fenômeno pode ser observado (Fig. 10).

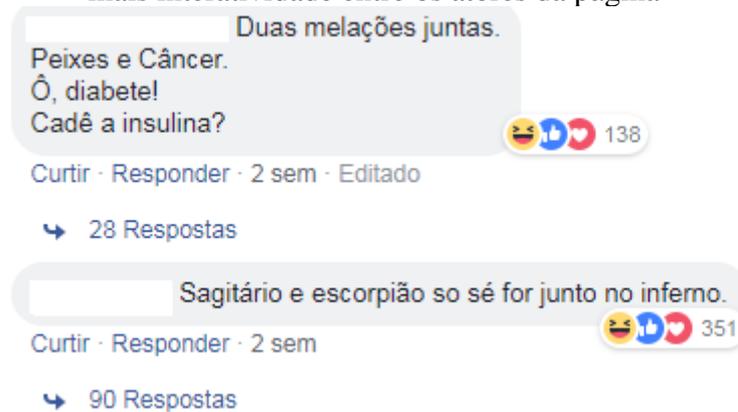
Figura 10 – Publicações que citam mais signos apresentam mais comentários e respostas



Fonte: *Facebook*, 2018.

Com 3,9 mil curtidas, 2,3 mil comentários e 3.948 compartilhamentos, a publicação sobre as combinações amorosas entre os signos demonstra que os atores interagem mais por meio das respostas, curtidas e compartilhamentos, quando uma publicação cita um número maior de signos do zodíaco. O fenômeno também é observado quando as publicações apontam para as possíveis relações amorosas entre os signos (Fig. 11).

Figura 11 – Comentários de publicações que citam mais signos tende a apresentar mais interatividade entre os atores da página²⁸



Fonte: *Facebook*, 2018.

Compreendemos que o “amor é assunto onipresente na mídia, nas conversas e nos pensamentos das pessoas” (AMÉLIO; MARTINEZ, 2005), portanto é compreensível que o tema seja abordado por meio de possíveis combinações astrológicas e que isso gere manifestações.

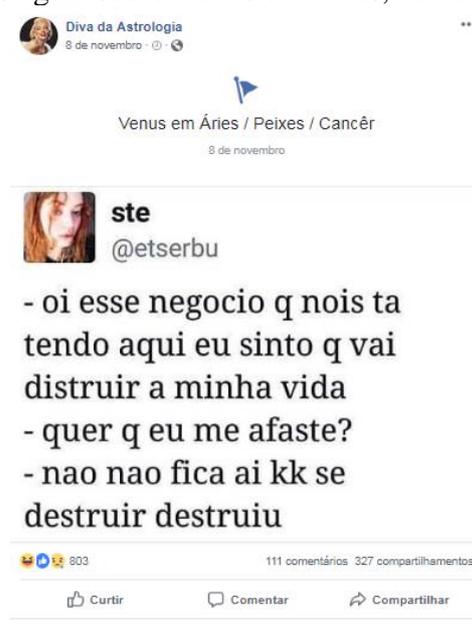
Observamos que os indivíduos reagem à postagem sobre os pares românticos astrológicos marcando outras pessoas na resposta do comentário, concordando ou não com o argumento exposto, informando o próprio signo e sugerindo o que compreendem como as melhores combinações astrológicas para os relacionamentos amorosos.

A segunda publicação observada foi sobre Vênus nos signos de Áries, Peixes e Câncer da página *Diva da Astrologia*, do dia 8 de novembro, pois diferente do signo solar que pode ser descoberto consultando uma tabela, a partir da data de nascimento, para conhecer onde se encontra Vênus é preciso fazer um mapa Natal/Astral.

O planeta Vênus na astrologia diz respeito aos relacionamentos, ou seja, amor, amizade e afinidades (SICUTERI, 1998). A publicação, portanto explicita de que maneira pessoas que possuem a Vênus em Áries, Peixes e Câncer se posicionariam perante um relacionamento amoroso (Fig. 12).

²⁸ Optamos por omitir os nomes dos atores nos exemplos para preservá-los, pois a rede social *on-line Facebook* promove um ambiente considerado semipúblico que requer cadastro ou participação (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016).

Figura 12 – Postagem sobre Vênus em Áries, Peixes e Câncer



Fonte: *Facebook*, 2018.

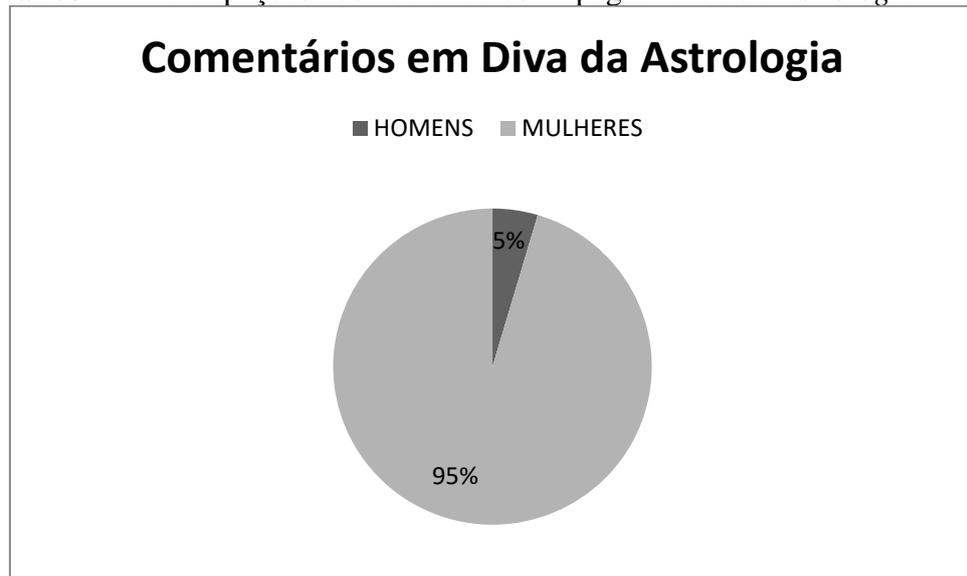
Das 803 pessoas que se manifestaram por meio da ação curtir, 424 pessoas usaram o emoji “Haha”, 345 o “Curtir”, 26 o “Triste”, 6 o “Uau”, 2 o “Amei”, não aparecendo nenhum “Grr” (Fig. 13). O emoji representa uma forma rápida de interagir com as publicações e demonstra de que maneira o ator recebe o conteúdo da postagem.

Figura 13 – Interação dos atores sobre a postagem referente à Vênus

Todas as 803 reações 🤔 424 👍 345 😞 26 😱 6 ❤️ 2 ✕

Fonte: *Facebook*, 2018.

Gráfico 4 – Participações nos comentários da página *Diva da Astrologia*



Fonte: *Facebook*, 2018.

Em relação aos homens e mulheres marcados nas publicações, percebemos que 6% dos homens são marcados pelo mesmo gênero, enquanto 94% deles são marcados por mulheres. Dado muito próximo é observado em relação às mulheres, que são marcadas 4% das vezes por homens, e 96% das vezes por mulheres.

Das 83 mulheres, 60 responderam à marcação, enquanto entre os homens, dos 17 marcados, 10 responderam.

Esses dados apontam para uma participação maior das mulheres, padrão semelhante pode ser observado nas outras publicações do período que acompanhamos.

O comportamento dos atores em relação aos comentários, nas duas publicações observadas, predominantemente, reproduzem duas ações:

- a) As pessoas marcam outros usuários com o propósito de justificar, concordar ou negar as características apontadas na publicação em relação a si mesmas ou em relação à pessoa marcada;
- b) As pessoas não marcam ninguém, mas comentam se concordam ou não com a publicação.

Observamos que geralmente as pessoas que foram marcadas interagem curtindo ou respondendo os comentários. As respostas das pessoas marcadas sugerem que os diálogos entre os atores sobre astrologia também acontecem em outros ambientes, inclusive nos ambientes *off-line*.

4.2 Análise dos dados

A partir do método da análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011), desenvolvemos quatro categorias de análise para buscar compreender de que maneira a astrologia é vinculada na rede social *on-line Facebook*.

- a) Quantas páginas retornam perante a busca na rede social *on-line Facebook* ao utilizarmos as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”;
- b) Quais páginas possuem o maior número de curtidas/seguidores;
- c) De que maneira a astrologia é abordada nas páginas com maior número de curtidas/seguidores;
- d) De que maneira os atores que participam dessas páginas interagem.

a) Quantas páginas retornam perante a busca na rede social *on-line Facebook* ao utilizarmos as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”

A partir da busca realizada no dia 13 de julho de 2018, por meio da ferramenta de pesquisa encontrada no próprio *Facebook*, obtivemos como resultado o total de 104 páginas encontradas utilizando a palavra-chave “Astrologia”, 103 páginas utilizando a palavra-chave “Signos” e 101 páginas com a palavra-chave “Horóscopo”.

Compreendemos que o uso de palavras-chaves diferentes possivelmente alteraria esses resultados, entretanto as palavras adotadas retornaram páginas que compreendemos ser válidas para observar o fenômeno da divulgação da astrologia no *Facebook*.

A partir das 308 páginas que retornaram analisamos quais possuíam o maior número de curtidas/seguidores. Inicialmente consideramos que a quantidade de páginas estivesse ligada ao interesse dos atores da rede social *on-line Facebook* por temas que envolvem a astrologia. Apesar de não excluir a questão do interesse, pois as páginas existem e possuem participantes, percebemos que ao realizar novas pesquisas com palavras-chaves relacionadas a outros assuntos, como “Filosofia” (100 páginas), “cachimbo” (100 páginas) e “cerveja” (104 páginas) percebemos um padrão similar nos resultados de quando utilizamos as palavras-chave “Astrologia” (104 páginas), “Signos” (103 páginas) e “Horóscopo” (101 páginas).

Recorremos à central *on-line* de ajuda da rede social *Facebook*²⁹ para buscar informações sobre como funciona a ferramenta pesquisar oferecida pela rede.

Os resultados obtidos nas pesquisas realizadas no *Facebook* se baseiam na atividade do usuário na rede social *on-line*, tais como o que os amigos da rede social compartilham com

²⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/help/460711197281324/>.

o indivíduo, as publicações dos amigos, lugares onde foi marcado ou lugares semelhantes àqueles, o que o ator curte e os grupos de que participa; as pesquisas realizadas anteriormente na rede, os conteúdos com os quais interage por meio do *Feed* de Notícias, além de sofrer influência da popularidade do conteúdo pesquisado por um termo específico e o tempo em que algo foi publicado.

Desde o começo de nossa pesquisa optamos por participar de grupos relacionados à astrologia e interagir em publicações relacionadas ao assunto para nos familiarizarmos com os fenômenos, o que influencia os resultados obtidos conforme explicitado na central de ajuda.

Ainda que o resultado referente à quantidade de páginas pesquisadas tenha sofrido essa influência, acreditamos que como os resultados estão relacionados à popularidade do conteúdo, as páginas analisadas possibilitaram a realização da proposta de buscar compreender quais páginas relacionadas à astrologia são as mais curtidas e seguidas.

b) Quais páginas possuem o maior número de curtidas/seguidores

Cada curtir/seguir equivale a uma conta da rede social *on-line Facebook*. Ao seguir uma pessoa ou página, o indivíduo poderá ver atualizações dessa pessoa ou página no seu *Feed* de Notícias. Ao curtir uma página o indivíduo a seguirá automaticamente (<https://www.facebook.com/>). A diferença entre o número de curtidas e seguidores ocorre, pois o usuário pode desabilitar a função seguir ficando registrada apenas a curtida.

Somando o número de curtidas das três páginas chegamos ao número de 5.982.129 milhões de pessoas participando de páginas relacionadas à astrologia. Se comparado ao total dos 130 milhões de usuários do *Facebook* consideramos esse número expressivo.

Com 4.366.523 curtidas e 4.441.402 milhões de seguidores, a página *Signos da Zueira* possui 3.086.733 milhões de curtidas a mais, em relação à página *Diva da Astrologia* e 4.030.707 milhões de curtidas a mais, que o *Horóscopo diário*. Além de levantar a questão dos possíveis motivos que levam tantas pessoas a seguirem uma página relacionada à astrologia, uma segunda questão surge em relação à diferença entre o número de curtidas da página *Signos da Zueira* em relação às demais: A página possui algum diferencial?

À primeira vista ao compararmos as publicações de *Signos da Zueira* com *Diva da Astrologia* percebemos que ambas usam uma estratégia similar. Uma das diferenças entre as páginas é que a primeira encontra-se inserida na categoria entretenimento, enquanto a segunda encontra-se inserida na categoria comunidade. Já a página *Horóscopo diário* está inserida na categoria aplicativo.

Entretenimento pode ser compreendido como o que “provém distração, diversão e relaxamento, reduz as tensões sociais” (MCQUAIL apud MELO; ASSIS, p. 46, 2016), enquanto uma comunidade *on-line* pode ser considerada como a relação entre pessoas por intermédio do ciberespaço, onde seus membros compartilham um espaço telemático e simbólico (LEMOS, 2010).

No aspecto de entretenimento, as páginas *Signos da Zueira* e *Diva da Astrologia* promovem diversão e distração, tanto as publicações quanto os comentários costumam carregar aspectos que podem provocar o riso, as “ameaças” que ocorrem nas interações costumam ter o tom de brincadeira indicando um ambiente que pode auxiliar na redução das tensões do cotidiano.

As publicações da página *Horóscopo diário* costumam abordar frases motivacionais e promover *links* externos de curiosidades e notícias que muitas vezes podem causar tensão; não há muitos comentários e nem outra forma de interação entre os participantes.

Em relação à comunidade no ciberespaço, as três páginas também são capazes de promover um tipo de relação entre seus integrantes e entre os integrantes e atores que estão inseridos na rede social *on-line Facebook*. Principalmente *Signos da Zueira* e *Diva da Astrologia*, promovem encontros *on-line* em torno de um tema que possui conotação simbólica, ou seja, a astrologia.

Portanto não acreditamos que a categoria na qual cada página está inserida seja responsável em promover a diferença no número de participantes.

As informações referentes às páginas encontradas nos campos “sobre” e “informações e anúncios” oferecem pistas que indicam os possíveis motivos que levam *Signos da Zueira* a se destacar em relação à quantidade de participantes.

Horóscopo diário foi criada em 2012, e sempre teve o mesmo nome. No campo “sobre”, além de sua descrição como categoria aplicativo encontramos dois *links*, o primeiro aparece como não encontrado, e o segundo leva a um *site* de uma empresa alemã que divulga seu conteúdo em dois idiomas, inglês ou alemão.

Diva da Astrologia é criada em 2014 com o nome *Astrologia da Depressão*, em 2015 adota o nome atual. A página não divulga nenhum *link* que leve a um *site* e/ou outra rede social *on-line*.

Signos da Zueira surge em 2009, em outra rede social *on-line*, o *Twitter*. Em 2011 a página *ClubeDosDoidos* é criada no *Facebook*. A página mudou de nome para *Clube dos Doidos* em 2015, em 4 de março de 2016 alterou o nome para *Signos da Zueira Clube Dos Doidos* e um dia após a mudança, no dia 5 de março, adotou o nome atual. Diferente das

outras páginas *Signos da Zueira* divulga dois *links*, o primeiro de sua conta na rede social *on-line Twitter* (@signosdazueira), que possui 1.384.571 milhão de seguidores. A conta do *Twitter* divulga o *link* do site *Portal Astral* que possui publicações que também são compartilhadas no *Facebook*.

Na página do *Facebook* há também o *link* do canal do *Youtube*, que criado em 2017, disponibiliza vídeos relacionados à astrologia de maneira divertida. O canal possui 1.490 mil inscritos e é identificado pelo nome de *Signos da Zueira: Curiosidades Astrais*. Encontramos três vídeos no canal, o que possui o maior número de visualizações (1.294 mil) tem o dizer *Facebook.com/SignosZueiras* em forma de marca d'água no topo do vídeo.

Algumas postagens no *Facebook* são na verdade repostagens de temas expostos inicialmente no *Twitter*. Em todas as redes sociais *on-line* as publicações expõem o nome *Signos da Zueira*.

Todos esses dados sugerem que o sucesso da página *Signos da Zueira*, que possui mais de 4 milhões de curtidas, está relacionado ao fato da página se autopromover em outras redes sociais *on-line* e agregar os temas dos signos zodiacais com o humor. O número maior de integrantes na página também auxilia que os próprios atores a divulguem por meio dos compartilhamentos que, dependendo do tema, ocorrem em grande escala.

c) De que maneira a astrologia é abordada nas páginas com maior número de curtidas/seguidores

Observando as páginas no decorrer dos dias 4 a 10 de novembro, de 2018, percebemos que as publicações podem ser inseridas em seis temas diferentes. Sobre um dos signos do zodíaco (Áries, Touro, Gêmeos, Câncer, Leão, Virgem, Libra, Escorpião, Sagitário, Capricórnio, Aquário e Peixes); sobre amor (relacionamentos, compatibilidades e incompatibilidades amorosas entre os signos); com mais de um signo na publicação; tema aberto que apesar de possuir relação com a astrologia não fornece nenhum dado específico, provocando os atores a responderem questões como qual o signo é o mais bravo ou questões similares; horóscopo que não aparece com grande frequência se comparado aos outros temas e possui o menor número de interação dos atores e mapa astral que envolve outros elementos das narrativas astrológicas como Vênus e Mercúrio.

Especificamente em relação à categoria que nomeamos mapa astral é interessante observar que ela aparece apenas na página *Diva da Astrologia* que por sua vez, é a única que compartilha nas publicações os símbolos do zodíaco e se define no campo “sobre” como “Louca dos signos, maníaca do mapa astral”. A página também foi à única que no período

observado, fez publicações exclusivamente relacionadas à astrologia. Essas características nos remetem ao fato de que a página está inserida na categoria comunidade, ou seja, uma categoria que supostamente está associada a um conteúdo específico. Essas comunidades são chamadas de comunidades associativas e “são baseadas na identificação dos atores com um elemento, como um objeto, um lugar, ideia e são construídas com base na vinculação do ator com esse elemento” (RECUERO, 2009, p. 161).

Mesmo tendo 3.086.733 milhões de curtidas a menos se comparada à página *Signo da Zueira, Diva da Astrologia* se destaca por possuir 1.279.790 milhões de curtidas, mesmo sem participar de outras redes sociais *on-line* e por compartilhar temas exclusivamente relacionados à astrologia.

Signos da Zueira publicou 68% de conteúdo relacionado à astrologia, entretanto a página também divulgou 32% de assuntos relacionados a curiosidades, programas de televisão, famosos etc. Esse dado parece estar relacionado ao fato da página indicar que sua categoria está inserida na categoria entretenimento, abordando conteúdos que extrapolam a astrologia.

As publicações que abordam as características ou supostas características dos signos solares, e de que maneira eles se relacionam possuem maior popularidade. As publicações das páginas costumam ter imagens com pequenos textos inseridos nelas. Tanto as imagens quanto os textos possuem, na maior parte das vezes, características que podem provocar o riso e a descontração. Ainda que certas publicações gerem na ação curtir o “Grr” e comentários como “Isso é calúnia, eu sou um anjinho”, as manifestações possuem tom de brincadeira.

As páginas indicam em suas apresentações que a astrologia não é abordada de maneira séria, como nos dizeres de apresentação de *Signos da Zueira*: “Não leve nossa página a sério, estamos aqui apenas para fazer você sorrir, não perdoamos nenhum signo, principalmente os aquarianos”.

As imagens compartilhadas com os textos estão associadas a questões que estão em pauta na sociedade no momento, como o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), notícias recentes etc. As imagens também possuem pessoas famosas como cantores, atores ou personalidades conhecidas pelo público. Exemplos que usam novelas, filmes, desenhos animados e personagens de todos os tipos e de épocas distintas também são encontrados.

Esses dados indicam que as páginas se apropriam tanto das narrativas astrológicas quanto das narrativas do cotidiano, para impulsionar a participação dos atores que estão inseridas nelas.

As três páginas relacionadas ao horóscopo possuem características distintas das demais, pois observamos que o foco principal não é a astrologia. A página *Horóscopo diário* divulgou, no período observado, 93% de conteúdos diversos que envolvem frases motivacionais, curiosidades e *links* com dicas de saúde, histórias sobre animais etc.

A pesquisadora brasileira Ana Cristina Vidal de Castro Ortiz desenvolveu uma pesquisa no âmbito de mestrado, sobre presença do horóscopo desde seu surgimento até os dias atuais em mídias diferentes. Ortiz aponta para que, o horóscopo reduz e simplifica a astrologia, apesar de auxiliar a sua divulgação (2015). Aparentemente há uma migração em relação ao interesse das pessoas em torno do horóscopo, não observamos nos comentários sobre os signos diálogos que fossem relacionados às previsões para o dia, semana, mês ou ano.

São as características e/ou supostas características que regem os signos que aparecem nos comentários. Observamos que as pessoas costumam divulgar principalmente características associadas ao seu signo solar, que está relacionado à data de nascimento da pessoa. Para descobrir o signo solar basta consultar tabelas que são facilmente encontradas na *internet* ou acessar horóscopos em revistas e jornais que costumam indicar em que dia e mês encontra-se cada signo.

d) De que maneira os atores que participam dessas páginas interagem

Percebemos que a interação é maior entre as mulheres do que entre os homens. Observamos que nos comentários da página *Signos da Zueira* 83% da participação é realizada pelas mulheres, já em *Diva da Astrologia* a participação delas é de 95%.

As mulheres desempenham um papel maior nas postagens, independente do tema abordado. Ao observar qualquer postagem nas páginas o fenômeno é visualizado facilmente.

A participação maior das mulheres nas páginas relacionadas à astrologia pode ser um reflexo de como ela é abordada nas mídias. Considerada a mais tradicional representante de revistas sobre astrologia, no Brasil, a revista *Horóscopo* surge em 1973, e fica 27 anos no mercado. Ela estava relacionada à revista da Editora Abril que foi a primeira da empresa voltada para o público feminino. Outras revistas voltadas para o público feminino, como *Contigo!*, *Nova*, *Marie Claire* e *Claudia* deram continuidade à prática de divulgar temas relacionados à astrologia em suas edições (ORTIZ, 2015).

Programas de televisão voltados para o público feminino como *Mulheres*, da TV Gazeta e *No Astral* (2011 a 2013), exibido na GNT e totalmente voltado para a astrologia, auxiliam a propagar o tema para as mulheres (ORTIZ, 2015).

Abordar as relações entre as mulheres e a astrologia não é a proposta de nosso trabalho, entretanto consideramos o tema instigante e com muitas possibilidades para novas pesquisas.

Quando alguém é marcado em alguma publicação a pessoa costuma interagir curtindo o comentário e/ou respondendo. Os diálogos são breves, com frases curtas como “eu não disse?”, “é verdade?”, “você é assim?”, que geram respostas como “calúnia”, “isso é mentira”, “pior que é verdade” etc.

Quando não há marcações os atores da página interagem com os outros indivíduos por meio de respostas nos comentários ou por meio de curtidas. Dependendo do assunto os atores marcam outros indivíduos nas respostas com dizeres como “leia os comentários, você precisa ver isso”.

Temas mais abertos geram mais interação, assim como, quando há um número maior de signos citados nas publicações. Temas que envolvem o amor e de que forma os signos se relacionam costumam causar uma interação maior, tanto dos atores da página com pessoas que elas marcam nas publicações quanto entre os próprios atores da página.

Por meio da ação curtir podemos observar que o emoji “Haha” e o “Curtir” foram os mais utilizados nos exemplos que constituem nosso *corpus*, entretanto esse comportamento possui muitas variáveis que estão relacionadas ao conteúdo da mensagem, horário da publicação e ao acesso dos atores à página.

As publicações com marcações indicam que as relações entre os atores têm uma característica de laço forte (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016), pois apesar dos diálogos breves percebemos certo grau de intimidade. Observamos a interação entre casais, mãe e filha, amigos etc.

Para compreender melhor de que maneira esses laços se desenvolvem nessas páginas elaboramos perguntas *on-line*, por meio da plataforma *Google Forms*. Enviamos para pessoas dentro de nossa rede de contatos, por meio de e-mail, um formulário piloto solicitando que, se possível, elas respondessem e enviassem sugestões ou apontamentos para que as perguntas fossem claras e objetivas para coletar os dados.

Apesar da colaboração de nossos contatos, e de um novo formulário ser elaborado a partir das sugestões, não foi possível aplicá-lo nas páginas sobre astrologia no *Facebook*. Por meio do *Facebook Messenger* entramos em contato com os administrados das duas páginas, com o maior número de curtir/seguidores, para explicar a proposta da pesquisa e para solicitar a autorização. Não obtivemos resposta em uma e em outra nos foi dito que não seria possível divulgar o formulário.

Há aqui uma nova abertura para futuras pesquisas que possam agregar novos dados por meio de outros procedimentos metodológicos.

Justificar, concordar ou negar as características apontadas na publicação em relação a si mesmas e aos outros foi o comportamento observado em nosso *corpus*. Divulgar características do próprio signo pode estar relacionado à questão abordada na pesquisa *Interação entre extroversão e conhecimento astrológico em estudantes brasileiros*, que aponta que há uma identificação das pessoas em relação às características dos signos do zodíaco, pois tais características auxiliam o indivíduo a construir um autoconceito (NAGELSCHMIDT; RODRIGUES, 2017).

Como afirma Raquel Recuero (2009, p. 109), “um dos valores construídos nas redes sociais é a reputação” (2009, p. 109), e ela “é compreendida como a percepção construída de alguém pelos demais atores e, portanto, implica três elementos: o ‘eu’ e o ‘outro’ e a relação entre ambos” (RECUERO, 2009, p. 109). Desta forma, “o conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós” (RECUERO, 2009, p. 109).

Podemos ainda supor, que divulgar características sobre o próprio signo do zodíaco em um ambiente *on-line* entre desconhecidos, marcando pessoas com quem possui contato fora da página e até mesmo fora da rede, possa estar relacionado ao conceito de *persona* desenvolvido por Carl Gustav Jung.

Persona “designava originalmente a máscara usada pelo ator, significando o papel que ia desempenhar” (JUNG, p. 43, 2008). O conceito é compreendido por Jung como uma máscara da psique coletiva que aparenta uma individualidade, “procurando convencer aos outros e a si mesma que é uma individualidade, quando, na realidade, não passa de um papel, no qual fala a psique coletiva” (JUNG, p. 43, 2008). Essas máscaras auxiliam o indivíduo a reforçar sua imagem social.

5 CONSIDERAÇÕES

Pesquisar é ação, ou seja, movimento. É olhar com lentes do passado e do presente para os fenômenos com a esperança de interpretar uma pequena parte do mundo no qual estamos inseridos. Parte esta, que apesar de representar um dos muitos fios que tecem os liames, ao encontrar outros, originam os nós e laços da grande rede que nos cerca e nos une.

Este trabalho surge a partir da observação de narrativas relacionadas à astrologia na contemporaneidade, inclusive no âmbito das redes sociais *on-line*. Com a percepção de que os atores da rede social *on-line Facebook* compartilhavam informações sobre os próprios signos zodiacais surgiu à questão que fomenta esta pesquisa: De que maneira a astrologia é veiculada na rede social *on-line Facebook*?

Buscamos mapear e observar fenômenos que pudessem indicar algumas causas que influenciem na permanência da astrologia em diversos âmbitos. Antes de nos debruçarmos sobre o fenômeno em si, fizemos a revisão de literatura sobre os principais temas abordados nesta pesquisa: narrativas míticas, narrativas astrológicas, mídia, processos comunicacionais, afeto, vínculo, *internet*, cibercultura, redes sociais *on-line* e *Facebook*.

A pesquisa possui como característica a interdisciplinaridade, pois envolve a Comunicação e Informação, Psicologia, Filosofia, Sociologia, Etologia e Mitologia.

Para desenvolver a parte de análise buscamos no método análise de conteúdo, da pesquisadora francesa, Laurence Bardin (2011), o suporte para elaborar as quatro categorias de análise: a) quantas páginas retornam perante a busca na rede social *on-line Facebook* ao utilizarmos as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”; b) quais páginas possuem o maior número de curtidas/seguidores; c) de que maneira a astrologia é abordada nas páginas com maior número de curtidas/seguidores e d) de que maneira os atores que participam dessas páginas interagem.

A partir da definição das categorias, realizamos no dia 13 de junho de 2018, o primeiro levantamento na rede social *on-line Facebook*. Por meio da barra de buscas da rede *on-line* pesquisamos as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”.

Adotamos como *corpus* as páginas com maior número de curtidas e seguidores, *Signos da Zueira*, *Diva da Astrologia* e *Horóscopo diário* e acompanhamos suas publicações durante o período de 4 a 10 de novembro de 2018. Pesquisar redes sociais *on-line* como o *Facebook*, possui a vantagem de poder acessar as informações que ficam registradas em “publicações”.

A partir das observações registramos os dados em planilhas para posteriormente fazer a análise utilizando as categorias de análise elaboradas.

O eixo que move esta pesquisa é a astrologia. Entendemos que as narrativas astrológicas possuem relação direta com as narrativas míticas.

Os mitos carregam uma grande complexidade em si, a partir do desenvolvimento da Filosofia, sobretudo a partir de Hesíodo (MARTINEZ, 2008), as narrativas míticas começam a perder sua numinosidade (JUNG, 1964), sua magia e status de representação sagrada dos Entes que criam e organizam o mundo (ELIADE, 1998). O ser humano primevo cria as narrativas míticas para buscar compreender o mundo ao seu redor perante o caos da natureza que devora e destrói a sua carne. É a partir do medo da morte (MORIN, 2175) que as narrativas surgem como artifícios (FLUSSER, 2013), para legar ao futuro as informações do passado, mantendo a vivacidade da espécie, no presente. Para sobreviver o ser humano se torna um tecelão. Tece as redes das culturas, tece o medo e a esperança. Nós primeiro tecemos as redes com os nossos corpos, somos nós mesmos os nós e filamentos que nos unem.

A astrologia nasce para auxiliar o ser humano a medir o tempo, a dança celeste dita o ritmo do cotidiano. Sumérios, babilônios, caldeus, gregos e romanos (ORTIZ, 2015) observavam o movimento do sol e da lua para realizar plantios e colheitas, normatizando os ciclos da vida e da morte.

As narrativas míticas sobrevivem ainda que muitas vezes se encontrem esvaziadas de sentido. Entretanto acreditamos que as narrativas míticas possam ser reveladas a partir do ensejo que move os desejos daqueles que, na ânsia de explicar o mundo ao seu redor, depositam nos símbolos aquilo que se faz necessário para a sua existência, a crença.

Os doze signos zodiacais representam a jornada que começa no signo de Áries e termina em Peixes (CONTRERA, 1996), a palavra Zodíaco significa Caminho da Vida (SICUTERI, 1998).

A astrologia passa por muitas transformações no decorrer da história, porém pode ser encontrada na contemporaneidade em diversas mídias (primária, secundária e terciária). Ela pode ser encontrada em jornais, revistas, programas de televisão e rádio, na música, no cinema e nas redes sociais *on-line*, como o *Facebook*.

A partir das quatro categorias de análise observamos de que maneira a astrologia é vinculada na rede social *on-line Facebook*.

Em relação a quantas páginas retornam perante a busca na rede social *on-line Facebook*, com as palavras-chave “Astrologia”, “Signos” e “Horóscopo”, obtivemos como retorno o total de 308 páginas. Inicialmente havíamos considerado que o número estava ligado ao interesse dos atores, que participam da rede social *on-line*, por temas relacionados à

astrologia. Entretanto realizando pesquisas com outras palavras percebemos um padrão na quantidade de páginas que retornavam.

Acessamos a central *on-line* de ajuda do *Facebook* descobrimos que os resultados das pesquisas realizadas na rede *on-line*, se baseiam tanto no comportamento adotado pelo ator ao usar sua conta, como aos conteúdos compartilhados com ele, com as publicações dos amigos, com os lugares onde foi marcado ou lugares semelhantes àqueles que o ator curte e os grupos de que participa. O resultado da busca também está relacionado a pesquisas realizadas anteriormente, aos conteúdos com os quais o ator interage por meio do *Feed* de Notícias, além de sofrer influência da popularidade do conteúdo pesquisado e do tempo em que algo foi publicado.

Como a pesquisa foi realizada para identificar as páginas com maior número de curtidas e seguidores, não consideramos que ela tenha sido prejudicada, pois a popularidade das páginas é um dos fatores para que elas apareçam nos resultados.

Observamos que as páginas que possuem o maior número de curtidas e de seguidores são *Signos da Zueira*, *Diva da Astrologia* e *Horóscopo diário*.

Inseridas em categorias diferentes, as páginas juntas somam um total de 5.982.129 milhões de curtidas, o que consideramos um número expressivo.

A página *Signos da Zueira* se destaca em relação às demais, pois só em relação às curtidas, possui 3.086.733 milhões de curtidas a mais se comparada à página *Diva da Astrologia*, e 4.030.707 milhões de curtidas a mais que *Horóscopo diário*.

Signos da Zueira existe há mais tempo que as demais páginas, ela surge em 2009, primeiro no *Twitter* (@signosdazueira). Dois anos depois a página surge com o nome *ClubeDosDoidos*, no *Facebook*. Em 2017, criam o canal no *Youtube* chamado *Signos da Zueira: Curiosidades Astrais*.

A página *Signos da Zueira* se autopromove em todas as redes sociais *on-line* em que participa. Os conteúdos divulgados primeiro no *Twitter*, são posteriormente divulgados no *Facebook* e assim por diante. Os conteúdos postados (imagens, vídeos etc.) nas três redes *on-line* costumam ter o nome da página.

A página *Horóscopo diário* foi criada em 2012, e possui o total de 335.816 mil curtidas. Suas publicações costumam abordar frases motivacionais e promover *links* externos de curiosidades e notícias, assim como possui o menor número de curtidas, também possui a menor participação dos atores nos comentários, curtidas e compartilhamento.

Das três páginas destacamos a *Diva da Astrologia*, criada em 2014 com o nome *Astrologia da Depressão*. A página que possui o total de 1.279.790 milhões de curtidas, não

divulga nenhum *link* que leve a um *site* e/ou outra rede social *on-line*. Não percebemos nenhuma estratégia para divulgar a página, o que torna o número de mais de um milhão de curtidas um destaque.

Percebemos que astrologia é abordada nas páginas com maior número de curtidas e seguidores, por meio de imagens e textos pequenos, que possuem a conotação de brincadeira. As imagens estão associadas a questões que estão em pauta na sociedade no momento, como o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), notícias recentes etc. As imagens também possuem pessoas famosas como cantores, atores ou personalidades conhecidas pelo público. Exemplos que usam novelas, filmes, desenhos animados e personagens de todos os tipos e de épocas distintas também são encontrados.

A quantidade de publicações muda de página para página, durante o período observado, do dia 4 a 10 de novembro, a página *Signos da Zueira* publicou 186 vezes, a página *Horóscopo diário* 122 vezes e a página *Diva da Astrologia* 24 vezes.

A única página que não publicou conteúdos diferentes em relação à astrologia foi *Diva da Astrologia*. *Horóscopo diário* apesar do nome postou apenas 7% de conteúdo relacionado ao tema, os demais conteúdos possuem relação com curiosidades, frases motivacionais etc. *Signos da Zueira* publicou 68% de conteúdo relacionado à astrologia e 32% de conteúdos que envolvem programas de televisão, curiosidades etc.

Percebemos que os temas divulgados nas páginas podem ser distribuídos em seis temas principais, aqueles que citam um signo, amor, citam mais de um signo, tema aberto, horóscopo e mapa astral, sendo que algumas publicações podem estar em dois temas ao mesmo tempo. Temas abertos acabam gerando uma participação maior entre os atores, assim como publicações que citam mais signos e publicações que abordam os relacionamentos amorosos entre eles.

Os conteúdos relacionados aos signos solares com suas características e de que maneira eles se relacionam possuem maior popularidade. Percebemos que as páginas não possuem um teor de seriedade em relação à astrologia. Ela é abordada por meio de textos e imagens que possuem um tom de brincadeira, o que é explicitado, principalmente, na página *Signos da Zueira* e *Diva da Astrologia* quando olhamos de que maneira elas se apresentam/definem.

Referente à maneira que os atores participam das páginas observamos que as mulheres interagem mais que os homens, na página *Diva da Astrologia* a participação delas é de 95%, enquanto em *Signos da Zueira*, a participação é de 83%. Consideramos que esse fenômeno

pode ter relação com o modo como a astrologia é divulgada no Brasil, pois o tema é difundido em mídias diferentes que possuem como público as mulheres (ORTIZ, 2015).

Em relação aos diálogos, eles não costumam ser extensos. As frases costumam ser curtas e estão relacionadas a basicamente dois comportamentos:

- a) As pessoas marcam outros usuários com o propósito de justificar, concordar ou negar as características apontadas na publicação em relação a si mesmas ou em relação à pessoa marcada;
- b) As pessoas não marcam ninguém, mas comentam se concordam ou não com a publicação.

É difícil criar um padrão para analisar as curtidas, pois essa ação possui muitas vereáveis que estão relacionadas à mensagem, ao horário da publicação e ao acesso dos atores à página, entretanto percebemos que o emoji “Curtir” e “Haha” foram os mais utilizados nas publicações analisadas.

A partir da interação por meio dos comentários percebemos que os atores aparentam ter uma relação de laço forte com as pessoas que elas marcam, pois observamos diálogos entre casais, mãe e filha, amigos etc. As questões que envolvem os laços fortes e fracos são complexas, pois estão ligadas aos ambientes *on-line* e *off-line*. Acreditamos que esse tema seja um campo instigante que pode gerar novas pesquisas, que incluam surveys e entrevistas em profundidade, para melhor compreensão do fenômeno.

Além disso, usar características do signo astrológico em uma rede social *on-line* pode ser interpretado como a construção de uma identidade ou autoconceito, assim como o desejo de construir uma reputação a partir do reconhecimento do outro. Podemos ainda interpretar o fenômeno a partir do conceito de persona, no qual o indivíduo busca reforçar sua imagem social por meio das características do próprio signo.

Talvez na atualidade buscar a relação entre o “eu” e o “outro” (BUBER, 1994) se dê primeiro consigo mesmo, em uma busca por uma identidade que se faz tão fugaz em tempos inquietantes. O tempo é sempre inquietante para aqueles que se encontram no presente, as novas tecnologias levantam a mesma problemática da dualidade encontrada em muitas narrativas míticas. Para alguns elas são a representação do diabólico, aquele que separa, para outros um caminho para a comunhão.

Olhando para as narrativas astrológicas em uma rede social *on-line* não nos deparamos com corpos, mas sim com zeros e uns, os dígitos matemáticos, os quais não nos são palpáveis. Entretanto nas mídias digitais há outro dígito. Do latim *digitus*, dígito quer dizer dedo e o

“dedo desde sempre foi uma unidade de medida” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 102). Essa medida aparece quando observamos um grande número de pessoas que são marcadas por outras em publicações relacionadas à astrologia, nas páginas que observamos.

Parece-nos que há em primeira instância uma relação no âmbito *off-line* entre os atores que participam das páginas, porém reconhecemos que tempo e o espaço foram transformados pelas novas tecnologias, os dedos tocam as telas e negligenciam os corpos. Olhamos pouco para o céu, a luz que nos inebria não é mais a da lua, mas sim a das telas. Deixamos de ser lunáticos e passamos a ser “internaúuticos”. “Internaúuticos” são aqueles que percorrem suas ilhas particulares por meio das navegações *on-line*.

Talvez possamos dizer que no mundo contemporâneo navegar é preciso, mas que comunicar seja impreciso. Há de se pontuar, entretanto que impreciso não é o mesmo que inexistente. Podemos considerar que nem “tudo é novo na questão das narrativas digitais. Raízes ancestrais, como o pensamento mítico, ainda nutrem esse universo alimentado pelas novas tecnologias” (MARTINEZ, 2012, p. 141).

Giordano Bruno (2012) afirma que para criar vínculos as portas precisam estar abertas e “nada pode ser atado por um vínculo se não está predisposto a isso” (BRUNO, 2012, p. 40).

Para que exista vínculo é preciso que exista afeto. Spinoza (2017) afirma que o afeto está relacionado às sensações que passam pelo corpo e tornam-se memórias. Quando algo que nos afetou retorna, uma vez mais as sensações se tornam presentes. Assim, as narrativas que nos afetam permanecem e transpassam os tempos e espaços.

Ainda que o ensejo possa tornar-se engodo com o uso das novas tecnologias, acreditamos que:

Máquinas conectam-se, seres humanos vinculam-se. Comunicação é vínculo. Comunicamo-nos porque carecemos de afeto, de calor de segurança. Quando isso não ocorre, germina um imenso vazio. É no imenso vazio que nasce o desejo de comunicação, de re ligação com o outro. Do vazio pode nascer a alteridade (MIKLOS, 2010, p. 121).

Percebemos por meio da pesquisa que a astrologia persiste no imaginário coletivo. Acreditamos que ela seja capaz de afetar as pessoas, pois uma imagem se transforma em símbolo a partir da energia psíquica que cada indivíduo atribui a ela (JUNG, 1964). Talvez em páginas relacionadas à astrologia em uma rede social *on-line*, como o *Facebook*, na qual seu uso esteja relacionado mais a brincadeira sua potencialidade seja latente, entretanto acreditamos que não inexistente.

Não é inexistente, pois a astrologia constitui as narrativas míticas e “não há nenhum fenômeno natural, e nenhum fenômeno na vida humana, que não seja passível de uma interpretação mítica, e que não peça uma tal interpretação” (CASSIRER, 1994, p. 123).

Acreditamos que as pontes, os nós, os laços, os elos, os vínculos e a comunicação estão diretamente ligados à entrega. Os símbolos permanecem em nosso inconsciente coletivo e individual, permanecemos imbuídos em nós mesmos buscando a ordem onde há caos. Assim, quando a razão não é suficiente para atravessar os abismos que nos circundam, nós buscamos no além. Em qual além? Naquele onde as respostas espreitam os corações.

REFERÊNCIAS

AMÉLIO, Ailton; MARTINEZ, Monica. **Para viver um grande amor**. São Paulo: Gente, 2005.

AZOUBEL, Diogo. Narrativas fotojornalísticas: mapeamento dos textos apresentados entre 2010 e 2014 nos eventos científicos da Compós, da Intercom e da SBPJor-Parte III. *In: Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2016a. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1198-1.pdf>. Acesso em 9 jun. 2018.

_____. Narrativas fotojornalísticas: mapeamento dos textos apresentados entre 2010 e 2014 nos eventos científicos da Compós, da Intercom e da SBPJor-Parte II. *In: Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, 2016b. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/regional/resumos/R52-1216-1.pdf>. Acesso em 9 jun. 2018.

_____. Narrativas fotojornalísticas: mapeamento dos textos apresentados entre 2010 e 2014 nos eventos científicos da Compós, da Intercom e da SBPJor-Parte I. *In: Anais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, 2016c. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/regional/resumos/R53-1461-1.pdf>. Acesso em 9 jun. 2018.

_____. **Narrativas fotojornalísticas**: mapeamento dos trabalhos apresentados no Brasil entre 2010 e 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade de Sorocaba, 2016d. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2016/pdf/diogo-oliveira.pdf>. Acesso em 9 jun. 2018.

_____. Reflexões fotojornalísticas: mapeamento dos artigos científicos apresentados nos eventos científicos da Compós, da Intercom e da SBPJor. *In: Anais do IX Encontro de pesquisadores em Comunicação e Cultura*, 2015a. Disponível em: <https://www.uniso.br/noticias/EvCompleta.aspx?noticia=4514>. Acesso em: 9 jun. 2018.

_____. Narrativas fotojornalísticas: estudo comparativo do mapeamento dos artigos científicos apresentados nos congressos nacionais da Intercom (2010-2014) e SBPJor (2003-2014). *In: Anais do 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 2015b. Disponível em: <http://soac.unb.br/index.php/ENPJor/XIIIENPJor/paper/download/4756/1110>. Acesso em: 9 jun. 2018.

_____. Fotojornalismo no Intercom: análise comparativa dos artigos científicos apresentados nos congressos nacionais de 2010 a 2014. *In: Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2015c. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0955-1.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2018.

_____. Fotojornalismo no Intercom: análise comparativa dos artigos científicos apresentados nos congressos regionais de 2010 a 2014. *In: Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, 2015d. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-1266-1.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BAITELLO JUNIOR, Norval. Comunicação: as armadilhas das definições simplificadoras e/ou iluminadoras. *In: Líbero*, São Paulo, n. 39, jan./ago. 2017. p. 9-15. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wpcontent/uploads/2017/10/Comunica%C3%A7%C3%A3o-as-armadilhas-das-defini%C3%A7%C3%B5es-simplificadoras-eou-iluminadoras.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2018.

_____. **A era da iconofagia**: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

_____. **O pensamento sentado**: sobre glúteos, cadeiras e imagens. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

_____. Vínculo. *In: MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). Dicionário da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009. p. 458.

_____. Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos. *In: RODRIGUES, David. Os valores e as atividades corporais*. São Paulo: Summus, 2008.

_____. **As Irmãs Gêmeas**: Comunicação e Incomunicação. Tribuna do Norte, 2002.

_____. Comunicação, mídia e cultura. *In: São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 12, n. 4, out./dez. 1998. p. 11-16. Disponível em: http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v12n04/v12n04_02.pdf. Acesso em: 22 jun. 2018.

_____. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: Annablume, 1997.

BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. *In: _____*. **Magia, técnica, arte, política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 197-221.

BRUNO, Giordano. **Os vínculos**. São Paulo: Hedra, 2012.

BUBER, Martin. **Eu e Tu**. São Paulo: Centauro, 1994.

CAFÉ Filosófico. Agir com Astrologia. Direção: Renato Janine Ribeiro. Campinas, São Paulo: TV Cultura, 2003. Duração 60 min.

CAIXA inclui informação de signo do zodíaco em cadastro de clientes. O Globo, Economia. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/caixa-inclui-informacao-de-signo-do-zodiaco-em-cadastro-de-clientes-22804373>. Acesso em: 20 jun. 2018.

CAIXA usa signo do cliente para evitar fraudes. G1, Economia. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/caixa-usa-signo-do-cliente-para-evitar-fraudes.ghtml>. Acesso em: 23 jun. 2018.

CAIXA usa signo do zodíaco no registro de clientes. Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/caixa-usa-signo-do-zodiaco-no-registro-de-clientes.shtml>. Acesso em: 23 jun. 2018.

CAMPBELL, Joseph. **Isto es tu**: redimensionando a metáfora religiosa. São Paulo: Landy, 2002.

_____. Temas mitológicos na arte e na literatura criativa. *In*: _____ (Org.). **Mitos, Sonhos e Religião**: nas artes, na filosofia e na vida contemporânea. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001. p. 139-174.

_____. **O Herói de Mil Faces**. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1997.

CAMPOS, Aline de. Cibercultura, glossário da. *In*: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009. p. 60-71.

CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o homem**: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CLÁUDIO Zoli. *In*: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Cl%C3%A1udio_Zoli. Acesso em: 15 jul. 2018.

COLORING Life. Kleuren voor volwassenen Astrologie. Disponível em: <http://www.coloring-life.com/nl/colorv3.php?lang=nl&themeid=1003&theme=Astrologie&image=coloriage-astrologie-g-1.jpg>. Acesso em: 11 jun. 2018.

CONTRERA, Malena. Do lado de fora do jardim encantado: comunicação e desencantamento do mundo. **E-compós**, Brasília, v. 12, n. 3, set./dez. 2009. p.1-14. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/view/432/384>. Acesso em: 21 jun. 2018.

_____. Sobre a ponte inexistente. **Ghrebh**. São Paulo, n.1, jun. 2007. p. 3-5. Disponível em: http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/Ghrebh/Ghrebh-%2010/02_apresentao.pdf. Acesso em: 22 jul. 2018.

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

CYRULNIK, Boris. **Os alimentos do afeto**. São Paulo: Ática, 1995.

_____. **Do sexto sentido**: o homem e o encantamento do mundo. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

DADI, o “Leãozinho”, conta memórias da surpresa por ter inspirado Caetano. Folha de São Paulo, Ilustrada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/01/1571679-dadi-e-luminoso-diz-caetano-sobre-o-musico-que-inspirou-o-leaozinho.shtml>. Acesso em: 15 jul. 2018.

ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano: a essência das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

_____. **Imagens e símbolos**. Lisboa: Arcádia, 1979.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

FIDELIS, Kelly Decanini. **Jornalismo longform: uma análise sobre a narrativa do site BBC Brasil sobre os BRICS**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade de Sorocaba, 2018. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2018/pdf/kelly-fidelis.pdf>. Acesso em 10 jun. 2018.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

FRANÇA, Vera Veiga. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? *In: C-Legenda*, Rio de Janeiro, n. 5, 2001. p. 1-19. Disponível em: <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/314/195>. Acesso em: 01 ago. 2018.

HEIDEMANN, Vanessa. Narrativas míticas dos astros: um panorama sobre a astrologia no âmbito acadêmico. *In: Anais do XI Encontro de pesquisadores em Comunicação e Cultura I Encontro Internacional de Pesquisadores em Comunicação e Cultura Comunicação e Literatura*, 2017. Disponível em: http://comunicacaoecultura.uniso.br/programa/anais/xi_epecom.pdf. Acesso em: 8 jun. 2018.

IUAMA, Tadeu Rodrigues. Narrativa na Intercom Sudeste: Uma análise do conteúdo apresentado entre 2010 e 2015. *In: Anais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*. São Paulo: Intercom, 2016a. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-0400-1.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2018

_____. Uma análise do conteúdo sobre as teorias do jornalismo que envolveram as narrativas na Intercom 2015. *In: Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2016b. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1566-1.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2018.

_____. Publicações e repercussão midiática sobre jogos narrativos: comparativo Brasil, Estados Unidos e países nórdicos. *In: Anais do 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo: SBPJor, 2015. Disponível em: <http://soac.unb.br/index.php/ENPJor/XIIIENPJor/paper/download/4586/941>. Acesso em: 7 jun. 2018.

JUNG, Carl Gustav. O homem e seus símbolos. *In: _____ (Org.). Chegando ao inconsciente*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. p.18-131.

_____. **O eu e o inconsciente**. Petrópolis, Vozes, 2008.

_____. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

LEMOS, André. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação. In: _____ (Org.). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009. p. 86-89.

MARTINEZ, Monica; ALBUQUERQUE, Aline. Narrativas biográficas: análise de produções acadêmicas. **Cadernos da Escola de Comunicação (UNIBRASIL)**, v. 15, 2017. p. 48-59.

_____; LAGO, Cláudia; LAGO, Mara Coelho de Souza. Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 23, n. 2, mai./jun., jul./ago. 2016a. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22464/141>. Acesso em: 06 jun. 2018. p. 1-23.

_____. **Jornalismo Literário: tradição e inovação**. Florianópolis: Insular, 2016b.

_____; LAGO, Cláudia. Divulgação científica no campo das ciências humanas e sociais aplicadas - a experiência da SBPJor. In: **Anais da 67a. Reunião Anual da SBPC**. São Paulo: SBPC, 2015.

_____; SILVA, Paulo Celso da. Fenomenologia: uso como método em educação. **E-Compós**, Brasília, v. 17, n. 2, 2014a. p. 1-15. Disponível em: www.e-compos.org.br/e-compos/article/viewFile/1012/762. Acesso em: 15 jul. 2018.

_____. Dez anos de coordenadas de narrativas na SBPJor (2004-2014). In: **Anais do XII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2014b.

_____. Histórias de vida: a diversidade de concepções nos estudos brasileiros (1999 a 2013). In: PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio Azeredo (Org.). **Narrativas comunicacionais complexificadas**. 1ª ed. Santa Cruz do Sul: Edunisc, v. 2, 2014c. p. 137-163.

_____. História, Percepções do Cotidiano e Perspectivas: as pesquisas em Comunicação no Brasil e nos Estados Unidos. In: **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Editora da Intercom, 2014d.

_____; PESSONI, Arquimedes. O uso da análise de conteúdo em Jornalismo: pesquisas feitas com o método na Intercom de 1996 a 2012. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu, PR. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu: Intercom, 2014e. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0126-1.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. O jornalista-autor em ambientes digitais: a produção da jornalista Eliane Brum para o portal da Revista Época. In: **Revista Comunicação Midiática**, v. 9, n. 1, set./dez. 2014f. p. 56-77. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/463/253>. Acesso em: 25 jul. 2018.

_____. O Uso da Análise de Conteúdo em Jornalismo: pesquisas feitas com o método na Intercom de 1996 a 2012. In: **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Editora da Intercom, 2014g.

_____. Narrativas da Contemporaneidade em Meios Digitais. In: Sebastião Squirra. (Org.). **Cibercoms - Tecnologias Ubíquas, Mídias Pervasivas**. 1ed. Porto Alegre/RS: Buqui, 2012, v. 1, p. 129-143.

_____. Os campos mórficos e a comunicação digital. In: **Ghrebh**, São Paulo, n. 13, 2009. p. 188-202. Disponível em: http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/Ghrebh/Ghrebh-%2013/12_martinez.pdf. Acesso em: 27 jul. 2018.

_____. **Jornada do Herói**: a estrutura mítica na construção de histórias de vida em jornalismo. São Paulo: Annablume, 2008.

MELO, José Marques; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. In: **Intercom – RBCC**. São Paulo, v. 39, n. 1, jan./abr. 2016. p. 39-56. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MENEZES, José Eugênio de Oliveira; MARTINEZ, Monica. Do Ego para o Eco-sistema: vínculos e afetos na contemporaneidade. **Comunicologia**. Brasília, v. 7, 2014. p. 263-280. Disponível em: <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/viewFile/5634/3607>. Acesso em: 20 jun. 2018.

_____. Processos de mediação: da mídia primária à mídia terciária. In: **Comunicare**, v. 4, n. 1, jan./jul. 2004. p. 27-40.

MIKLOS, Jorge; ROCCO, Agnes de Sousa Arruda. Ecologia da comunicação: desafios para a concepção de uma comunicação social cidadã. In: **Paulus**, São Paulo, v. 2, n. 3, 2018. p. 93-110. Disponível em: <http://fapcom.edu.br/revista-paulus/index.php/revista-paulus/article/view/44/54>. Acesso em: 05 ago. 2018.

_____. **A construção de vínculos religiosos na cibercultura**: a cirber-religião. 2010. 145 f. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/4251/1/Jorge%20Miklos.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2018.

MORA, José Ferrater. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MORIN, Edgar. **Amor, poesia, sabedoria**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

_____. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

NAGELSCHMIDT, Anna Mathilde Pacheco Chaves; RODRIGUES, Paulo Roberto Grangeiro. Interação entre extroversão e conhecimento astrológico em estudantes brasileiros. In: **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 23, n. 3, jul./set. 2007. p. 305-311. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v23n3/a09v23n3>. Acesso em: 25 set. 2018.

ORTIZ, Ana Cristina Vidal de Castro. **Narrativas do céu: a presença da Astrologia nos meios de comunicação.** 2015. 214 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wpcontent/uploads/2015/06/ANA-CRISTINA-VIDAL-DE-CASTRO-ORTIZ.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2018.

_____. Astrologia e narrativas do céu. *In: Comtempo*, v. 6, n. 1, 2014a. p. 1-14. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wpcontent/uploads/2014/09/Ana-Cristina-Vidal-de-Castro.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2018.

_____. Compreensão da astrologia: diálogos homem-cosmos intermediados pela mídia. *In: KÜNSCH, Dimas A.; et al. (Org.). Comunicação, diálogo e compreensão.* São Paulo: Plêiade, 2014b. p. 41-50. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/04/E-book-Comunica%C3%A7%C3%A3o-Di%C3%A1logo-Compreens%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2018.

PAIVA, Leila Piovesan Garcia; MARTINEZ, Monica. Jornalismo Literário e Reportagens Seriadas: mecanismos de buscas - Google Acadêmico vs Periódicos Capes. *In: Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.* São Paulo: Intercom, 2017a. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2169-1.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2018.

_____; RAMOS, Pamela; MARTINEZ, Monica. O Jornalismo Literário em Séries de Reportagens: Revisão de Literatura sobre as produções acadêmicas. *In: Anais do XI Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura.* São Paulo: Uniso, 2017b. Disponível em: <http://conference.uniso.br/index.php/1/1/rt/metadata/47/0>. Acesso em: 10 jun. 2018.

_____. O Jornalismo Literário em Reportagens Seriadas: o Google Acadêmico como mecanismo de busca. *In: Anais do 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.* São Paulo: SBPJor, 2017c. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/646/550>. Acesso em: 10 jun. 2018.

PAZ, Octavio. **O arco e a Lira.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

PRIMO, Alex. Redes sociais. *In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). Dicionário da comunicação.* São Paulo: Paulus, 2009. p. 399-400.

RÁDIO BAND NEWS FM. Programa Jornal BandNews FM, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=88iQhPXBTRo>. Acesso em: 06 jul. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTOS, Tarcyanie Cajueiro. O acontecimento comunicacional: uma perspectiva a partir de questões ontológicas. *In: Ecopós*, Rio de Janeiro, v. 16, n.1, jan./abr. 2013. p. 27-41. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1164/pdf. Acesso em: 05 ago. 2018.

SCARANELLO, Isabella Reis Pichiguelli. **Gospel e secular no jornalismo: a antropofagia da Popstora Baby do Brasil.** 2017. 125 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Sorocaba,

Sorocaba, 2017. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2017/pdf/isabella-scaranello.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2018.

SICUTERI, Roberto. **Astrologia e Mito**: Símbolos e mitos do Zodíaco na psicologia profunda. São Paulo: Pensamento, 1998.

SILVA, Míriam Cristina Carlos; *et al.* Panorama acerca da produção acadêmica sobre Umberto Eco. *In*: _____. (Org.). **Umberto Eco em narrativas**. Votorantim: Provocare, 2017. p. 151-170. Disponível em: http://comunicacaoecultura.uniso.br/publicações/ebook_umbertoeco-em-narrativas.pdf. Acesso em: 28 jul. 2018.

_____; MARTINEZ, Monica; IUAMA, Tadeu Rodrigues. Mapeamento da produção acadêmica sobre Eduardo Coutinho. *In*: SILVA, Míriam Cristina Carlos; MARTINEZ, Monica; AZOUBEL, Diogo. (Org.). **Eduardo Coutinho em narrativas**. 1ª ed. Votorantim: Provocare, 2016, p. 41-54. Disponível em: http://comunicacaoecultura.uniso.br/publicacoes/grupo_nami.pdf. Acesso em: 10 jun. 2018.

_____; SANTOS, Tarcyanie Cajueiro. Peregrinação, experiência e sentidos: uma leitura de narrativas sobre o Caminho de Santiago de Compostela. *In*: **E-Compós**, Brasília, v.18, n. 2, mai./ago. 2015. p. 1-15. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/ecompos/article/view/1198/846>. Acesso em: 19 mai. 2018.

_____. A comunicação como artifício: uma leitura sobre Vilém Flusser. *In*: MARTINO, Claudio Luiz *et al.* (Org.). **Teorias dos meios de comunicação no Brasil e no Canadá**. Salvador: Edufba, 2013. p. 259-272.

_____. **Comunicação e cultura antropofágicas**: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana. Porto Alegre: Sulina, Sorocaba: Eduniso, 2007.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

_____. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SPINOZA, Baruch. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

WAAL, Frans de. **A era da empatia**: lições da natureza para uma sociedade mais gentil. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.