



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ENTRE O CÉU E A TERRA: O HORÓSCOPO NO JORNAL¹

Aline Cristina Jardim de Melo
Cátia Cristina Venâncio Mendes
Vanessa Maria Brito de Jesus
Graduandas da UNESP

Trabalho monográfico realizado para a disciplina de Sociologia da Comunicação, do curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, orientado pela Prof. Dra. Maria Antônia Viera Soares.

RESUMO: Entre o Céu e a Terra: O Horóscopo no Jornal é um trabalho monográfico que traça um paralelo entre Indústria Cultural e o horóscopo no meio impresso. Na sociedade industrializada, na maioria das vezes, o indivíduo em geral mantém relações impessoais devido a especialização exigida pelo capitalismo. Tal situação o leva a buscar refúgios alternativos para solidão e carências, sendo este o espaço no qual florescem os horóscopos. Neste contexto, também aparecem os produtos da Indústria Cultural que simulam um simulacro de realização, mas que na verdade, trazem incutidos em si a padronização e massificação das relações.

O presente estudo, respaldado em teóricos da Escola de Frankfurt, além de entrevistas com dois astrólogos de renome, busca verificar se tal fato é verídico e suas implicações no cotidiano das pessoas.

Abstract:

Between The Sky and Earth: The Horoscope in the Newspaper is a monographic paper that traces a parallel line between Culture Industry and the horoscope in the press

¹ Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

media. In the industrialized society, most of the time, the person, in usual, keeps impersonal relationships due to the specialization demanded by the capitalism. This situation leads the person to seek for alternative shelters in order to avoid loneliness and psychological needs, being this the space in which blossoms the horoscopes. In this context, it also appears the products of the Culture Industry that simulate a simulacrum realization, but that in fact, brings in itself the standardization and influence (under mass communication) of the relationships.

The present study, relayed on theorists of the Frankfurt School, besides interviews with two national recognized astrologists, seeks to verify if this fact is veracious and its implications on everyday life of people.

INTRODUÇÃO

A procura das raízes e explicações para os problemas que afligem a alma humana tem feito florescer a busca por ciências alternativas. A Astrologia surge nesse contexto como a mais recorrente delas. Nascida há mais de mil anos, influenciou o pensamento de todas as culturas e permanece ainda hoje com os mesmo símbolos.

Os meios de comunicação, em especial o jornal impresso, passaram a veicular cadernos especiais voltados ao público feminino e inseriram nele o horóscopo, uma das formas de se interpretar a Astrologia. É possível encontrar uma coluna de horóscopo em qualquer tipo de jornal no país, desde folhetins a jornais de grande circulação nacional. Revistas especializadas no assunto alcançaram grandes números de vendagem, o que evidencia o interesse da população pelo assunto.

Como interpretar o interesse pela Astrologia? Teria ela se tornado um mero produto mercadológico? As pessoas realmente lêem horóscopo? Acreditam nele? Essas perguntas podem ser respondidas se analisadas sob a ótica dos teóricos da Escola de Frankfurt, em especial de Theodor W. Adorno, para os quais a denominada Indústria Cultural penetrou no domínio do homem e aí transformou os produtos simbólicos em mercadorias. Nesta mesma linha, o teórico Edgar Morin descreve a cultura industrializada como fornecedora de pontos de apoio imaginário à vida prática, alimentando o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no interior de si.



Outros teóricos como Ciro Marcondes Filho, Melvin DeFleur e José Luiz Fiorin ajudam a interpretar como se dá o processo de incorporação dos produtos da Indústria Cultural se dá na esfera das relações sócio-culturais, e neste caso, situa-se o horóscopo.

O presente trabalho propõe-se a abordar p assunto sob múltiplos olhares na tentativa de produzir um referencial que permita comprovar ou refutar a possível manipulação exercida pelo horóscopo em seus leitores.

O HORÓSCOPO A LUZ DOS TEÓRICOS DA ESCOLA DE FRANKFURT

O horóscopo mais antigo data de 668 a.C.² Do grego *horoskopeion*, significa “considerar os céus” ou “ver a hora”. Para fazê-lo, os astrólogos consideram a posição relativa dos astros no céu num determinado momento. Os corpos celestes são designados pela Astrologia como planetas, que são corpos errantes em movimento, esses são os oito planetas do sistema solar mais o sol e a lua. Tais planetas tem, para os astrólogos, a função de influenciar os aspectos da natureza e do homem, como humor e afetividade.

Para que fosse possível fazer um paralelo entre Indústria Cultural e o horóscopo, procurou-se analisá-lo recorrendo a visão de dois especialistas da área, ou seja, astrólogos que tem suas previsões publicadas em jornais, um de circulação nacional – O Estado de São Paulo e outro restrito a cidade de Bauru – O JC de Bauru. Os responsáveis pela coluna de horóscopo, são respectivamente, Oscar Quiroga e João Bidu. Para a análise, selecionou-se colunas destes astrólogos por dois meses. Para tal, pautou-se em teóricos discutidos e analisados na área de Sociologia da Comunicação.

A entrevista com os dois astrólogos baseou-se em três tópicos fundamentais para a compreensão da visão de mundo de cada um dos especialistas. O objetivo era estabelecer um paralelo entre os dois, verificado assim, as convergência e divergências. Na entrevista com João Bidu, notou-se um discurso objetivo, no qual ele deixou claro qual era sua intenção com o seu público alvo. Já as previsões de Oscar Quiroga são caracterizadas pela abordagem formal e uma linguagem sofisticada.

A primeira questão versou sobre a caracterização do horóscopo como produto da Indústria Cultural por ser padronizado e publicado em larga escala, cujo objetivo

² NOVA. Vera C. *Lições de Almanaque: Um estudo Semiótico*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996, p.43.



primordial é a obtenção do lucro. O astrólogo João Bidu concordou que existe uma intenção de lucro, que a sua coluna no jornal tem o objetivo de divulgar suas revistas e que, assim como qualquer outro profissional, “tem contas a pagar”. No entanto, assegurou a idoneidade de seu trabalho, pois a astrologia não é um Dom divino, um poder superior, mas sim um conhecimento matemático. Diz também que o horóscopo expõe dados genéricos e que para um enfoque individual, deve ser feito o mapa astral da pessoa, além de que a idéia de um horóscopo feito sob medida para cada leitor provém da fé do mesmo e que por isto, o profissional deve ter cuidado com seu discurso, uma vez que pode influenciar os seus receptores, pois a credibilidade permite que a manipulação do astrólogo sobre as pessoas.

Para Oscar Quiroga não apenas a Astrologia, mas todas as outras informações contidas no jornal buscam o lucro. Concorda com Bidu, afirmando: *“uma vez que se tem a astrologia por profissão é legítimo que vise o lucro”*. Em relação a padronização, diz que é preciso levar em conta que *“a coluna de astrologia é o único lugar onde você pode ter certeza que tem uma mensagem escrita diretamente para você”*. Ele estabelece uma comparação e diz não ver diferença entre o astrólogo e o médico. Ainda referindo-se ao fato de ser abrangente, Quiroga diz que deve-se buscar o que as pessoas tem em comum entre elas e não o que há de particular, pois afirma que *“só o coletivo tem força”*.

A segunda questão refere-se o aspecto psicológico presente na astrologia, uma vez que as pessoas tendem a buscar solução para seus problemas nos astros ao invés de se pautarem em situações reais, funcionando, muitas vezes, como fuga da realidade. Bidu coloca que o horóscopo *“atinge quem tem problemas subjetivos, pois estes são irracionais, não podendo ser resolvidos de forma prática”*. Nesse ponto, afirma que a maior receptividade é do público feminino, devido a suposta emotividade feminina: *“o homem está sempre preocupado com o dinheiro e sexo e a mulher com o amor e o sexo está lá atrás.”*

Falando sobre subjetividade Quiroga revela mais um ponto em comum com Bidu ao dizer que para os problemas objetivos existem os profissionais como fisioterapeutas, que os resolvem rapidamente. A astrologia se refere a alma humana e seus problemas. É de uma magnitude cósmica, “faz parte da fisiologia do universo mas os leigos podem



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

enxergá-la como mágica”. Ressalta a diferença da sua coluna e das outras, pois estas vêm o leitor como incapacitado para uma leitura mais sofisticada, o que ele não concorda. Quanto à manipulação, Quiroga afirma que “não há receita para não manipular” e que “não acredita que nenhum astrólogo o faça conscientemente”.

A terceira questão refere-se a afirmação do cientista social Roland Barthes: “ *os astros não postulam nunca uma destruição da ordem e exercem a sua influência, moderadamente, semana após semana, respeitando o estatuto social e os horários patronais para manutenção do status quo*”.³ João Bidu afirmou categoricamente que isto não se aplica a coluna de horóscopo, pois existe a preferencia das pessoas em ler apenas informações positivas, fugindo das previsões negativas. Por isso, em suas previsões busca enfatizar o lado positivo das mensagens utilizando frases que não “o comprometam muito”.

No que tange ao conformismo, Oscar Quiroga ironiza o teórico Roland Barthes, dizendo que este nunca leu sua coluna, uma vez que ele faz exatamente o contrário, ou seja, “*procura contestar a postura do jornal em manter o status quo*”, pois acredita que as pessoas são capazes de se questionar e que também não querem somente uma leitura fácil.

Analisando a teoria de Theodor Adorno sobre Indústria Cultural e seus produtos, percebeu-se que há no horóscopo uma tendência em manter a ordem estabelecida, ou seja, o status quo. Isso se dá pela ideologia presente no discurso desprezioso, mas que traz embutidos os valores do capitalismo.

Embora os astrólogos tenham dito que se referem mais a subjetividade, pode-se constatar que nas colunas de horóscopo os valores positivistas da ordem social são perpetuados. Seja no trabalho, na família ou com os amigos, as regras devem ser aceitas e mantidas para que todos possam viver em harmonia com os outros e com “seu astral”. Dois bons exemplos para ilustrar esta situação encontram-se nos horóscopos do dia 01 e 10 de setembro de 2001 para os signos de virgem e touro, respectivamente, elaborados pelo astrólogo João Bidu:

³ NOVA, Vera C. *Lições de Almanaque: Um estudo semiótico*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996, p.43.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Concentre-se no trabalho de rotina, mas evite tratar das questões financeiras neste dia.⁴

Concentre-se nos assuntos de trabalho para equilibrar seus orçamentos.⁵

Aparentemente parece ser apenas mais uma previsão astrológica, no entanto, sabe-se que é impossível desvincular a linguagem da visão de mundo. Isto é o que José Luiz Fiorin afirma: “*As visões de mundo não se desvinculam da linguagem, porque a ideologia vista como algo imanente à realidade é indissociável da linguagem*”⁶

O valor do dinheiro, um dos pilares do capitalismo, também é um assunto muito patente no horóscopo e está presente nos exemplos acima. Geralmente pede-se cuidado para lidar com as finanças ou dão dicas de como se deve fazer seus investimentos, colocando num mesmo nível de importância as relações humanas e as questões financeiras, sugerindo que a vida das pessoas é tão ou mais dependente do capital do que de seu próprio bem estar.

Ciro Marcondes Filho teorizando sobre ideologia discute a idéia de lógica da mercadoria. Esta lógica “*implica o dimensionamento do social segundo as relações de troca*”.(MARCONDES FILHO, 1992,p.11) Neste sentido ocorre a chamada reificação das relações humanas.⁷ O homem passa a ser tratado como um produto que tem um certo valor, o que pode desencadear uma relação utilitarista entre as pessoas. Evitando conflitos pessoais, simulando uma harmonia, pode-se obter vantagens, em geral, materiais.

Vê-se claramente esta idéia se analisada a previsão para o dia 10 de setembro de 2001 para o signo de aquário feita por Bidu:

Está na hora de reciclar seu círculo de amizades e redirecionar alguns planos.⁸

A previsão de Oscar Quiroga também transmite uma idéia semelhante, como no horóscopo para o dia 07 de outubro, signo de sagitário:

É absolutamente imprescindível que você valorize as pessoas e os relacionamentos porque não apenas dependerá deles sempre como

⁴ Publicado no “Jornal Cidade de Bauru” no dia 01 de setembro de 2001.

⁵ Publicado no “Jornal Cidade de Bauru” no dia 10 de setembro de 2001.

⁶ FIORIN, José Luiz. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 1988.

⁷ COELHO, Teixeira. *O que é Indústria Cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1996, p.11)

⁸ Publicado no “Jornal Cidade de Bauru” no dia 10 de setembro de 2001.



também precisará das pessoas quando chegar a hora de compartilhar as conquistas.⁹

A lógica da mercadoria transforma os anseios do ser humano em produto de troca. Esta é uma das características presentes no horóscopo, pois nele há uma relação de troca entre o que se espera deste produto e as respostas que este proporciona. Ou seja, só é aceitável a previsão se ela for o que se quer ouvir. Assim, são transmitidas as idéias de manutenção da ordem social vigente, através de um veículo de fácil aceitação e que já possui uma credibilidade perante aos leitores.

Na sociedade industrializada, a possibilidade do indivíduo manter relações impessoais é muito grande. A necessidade de um apoio e de um bate-papo amigo, muitas vezes, não encontra refúgio nas relações interpessoais, direcionando-se para os produtos da Indústria Cultural, como as músicas que cantam a sua história, a novela que mostra a vida que você deseja ou o horóscopo que parece ser feito sob medida para cada um.

Este horóscopo estimula o imaginário das pessoas e isso faz com que haja um processo de projeção e identificação do indivíduo do objeto¹⁰. Para que o homem possa se refugiar no imaginário é preciso que se projete em algo que seja um modelo de qualidades, o seu alter-ego, que este é incapaz de ter e ser no seu dia-a-dia. Depreende-se no horóscopo esse processo de estimulação, em afirmações como: “*É hora de mostrar o que sabe fazer de melhor, sua estrela tem tudo para brilhar.*” Cabe ressaltar também, que neste caso, há um estímulo para elevação da auto-estima.

Segundo Theodor Adorno,¹¹ essa projeção pode se dar como forma de escapar dos reais problemas existentes e de levar o sujeito a uma vida conformada e dependente. A coluna de horóscopo é apontada para este autor de apenas mostrar um problema na medida em que tornar o indivíduo dependente da leitura da coluna para solucioná-lo:

O real objetivo do horóscopo comercial é concebido e construído, especificamente, de modo a satisfazer aquelas necessidades psicológicas que os astrólogos pensam existir no seu público¹²

De certa forma, essa dependência é um instrumento de dominação, pois o imaginário do indivíduo é utilizado em caráter decisivo, uma vez que funciona como estratégia para manter o interesse popular.

Ainda seguindo a visão deste teórico, a gratificação que o horóscopo pode proporcionar é irracional, na medida em que é ilusório, pois não existe prazer real mas um alívio no sentimento de infelicidade. Ciro Marcondes Filho reforça essa idéia ao

⁹ Publicado no Jornal “O Estado de São Paulo” no dia 7 de outubro de 2001.

¹⁰ MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no Século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 2000.

¹¹ ADORNO, Theodor W. *Stars Down to Earth*. Londres: Routledge, 1994.

¹² Id., 1994, p. 51.



esclarecer que essas necessidades não são artificiais e sim sua satisfação: “*A fantasia como espaço de projeção dos desejos não satisfeitos comprova a existência real desses próprios desejos*” (MARCONDES FILHO, 1988, p.29).¹³

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Hoje a travessia da tornou-se complicada. Percebemos através de nossas pesquisas que diante do mundo caótico em que vivemos, o homem não consegue respostas pelas evidências racionais e empíricas para questões presentes e as busca nos astros ou em qualquer outro recuso subjetivo. A Indústria Cultural se apropriou dessas carências e supostamente, as alimentou através de suas criações e tenta de forma enganosa suprir tais necessidades. Na medida em que, tais lacunas não são preenchidas, o indivíduo volta a procurar esses meios para tentar sanar o problema, formando-se assim um ciclo vicioso.

No caso do horóscopo, podemos dizer que esse ciclo se dá da seguinte forma: o homem, insatisfeito com seu cotidiano, busca no horóscopo respostas ou palavras de conforto para guiá-lo. Aparentemente, sana essas necessidades, mas sempre expõe outro problema para o homem tentar a solucionar, para assim voltar a procurar a coluna no dia seguinte.

Após várias discussões, consideramos a hipótese de que, apesar das diversas evidências apontarem para a manipulação, no horóscopo a presença da persuasão é muito mais forte, por ser uma coluna que deixa clara as influências dos astros, mas que no final a atitude deve partir do indivíduo. Embora descreditado no meio científico, passa essa idéia de ser facilmente aceito pelas pessoas. No entanto, acreditamos que essa hipótese não é totalmente válida devido a Teoria da Percepção Seletiva da Informação postulada por Melvin De Fleur, que explica que, embora várias pessoas recebam a mesma mensagem, a forma de introjetá-la e refleti-la dependerá de fatores como a influência seletiva, trabalhada pelos meios de comunicação com base em

¹³ MARCONDES FILHO, C. *A Linguagem da Sedução: a conquista das consciências pela fantasia*. São Paulo: Perspectiva, 1988.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

diferentes formas de persuasão. Mesmo que todos partilhem de padrões culturais comuns, percebem de forma diferente o mundo que os cerca.

Dessa forma, percebemos que a Astrologia pode causar danos àquelas pessoas que não desenvolveram senso crítico aguçado para discernir o discurso ideológico que o horóscopo de jornal o traz, sendo passível a viver de sob os tentáculos da dependência psicológica e do conformismo social.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, T.W. *Stars Down to Earth*. Londres: Routledge, 1994. 174p.

COELHO, T. *O que é Indústria Cultural?*. São Paulo: Brasiliense, 1993. 99p.

DE FLEUR, M. L. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Saga, 1969. 338p.

FIORIN, J.L. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 1988. 87p.

MARCONDES FILHO, C. *A Linguagem da Sedução*. São Paulo: Perspectiva, 1988. 189p.

_____. *Quem Manipula Quem*. Rio de Janeiro: Vozes, 1992.

MORIN, E. *Cultura de Massa do Século XX*, Rio de Janeiro: Forense Universitário, 2000. 204p.

NOVA, V.C. *Lições de Almanaque: um estudo semiótico*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996. 160p.