

PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Departamento de Comunicação Social

Moema Najjar Diniz

**ASTROLOGIA AUDIOVISUAL:
uma análise semiótica das estratégias de enunciação do programa “*No Astral*”**

Belo Horizonte
2013

Moema Najjar Diniz

**ASTROLOGIA AUDIOVISUAL:
uma análise semiótica das estratégias de enunciação do programa “*No Astral*”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Interações Midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Júlio César Machado Pinto

Belo Horizonte
2013

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

D585a Diniz, Moema Najjar
Astrologia audiovisual: uma análise semiótica das estratégias de enunciação do programa “*No Astral*”/ Moema Najjar Diniz. Belo Horizonte, 2013. 115f.: il.

Orientador: Júlio César Machado Pinto
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

1. Enunciação (Linguística). 2. No Astral (Programa de televisão). 3. Astrologia. 4. Recursos audiovisuais. I. Pinto, Júlio César Machado. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 800.852

Moema Najjar Diniz

**ASTROLOGIA AUDIOVISUAL:
uma análise semiótica da enunciação do programa No Astral**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Interações Midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Júlio César Machado Pinto (Orientador) – PUC Minas

Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires – PUC Minas

Mirian Aguiar Barbosa – UFRJ

Belo Horizonte, 27 de fevereiro de 2013.

À mulher da minha vida,
minha mãe, meu tudo.

AGRADECIMENTOS

A todos que contribuíram de alguma forma para a realização deste trabalho, fica aqui expressa minha profunda gratidão, especialmente:

A Deus, por me trazer a uma cidade distante, e me fazer passar por umas das experiências mais valiosas da minha vida.

Ao meu orientador Júlio César Machado Pinto, pela orientação, aprendizado e apoio em todos os momentos necessários.

À professora Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires, pelas dicas valiosas para a realização desta pesquisa.

À minha família, que se mostrou incansável e me apoiou incondicionalmente para realizar este sonho, em especial minha mãe, Enise Cássia Abdo Najjar, minha avó, Maria Abdo Najjar e minha tia Evely Najjar Capdeville. Sem vocês eu não seria nada!

Aos meus colegas de classe, pela rica troca de experiências e amizade.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para esta construção.

Será que isto é pão, vinho, um tomate, um ovo, uma casa, uma cidade? Decerto não, porque um encadeamento de transformações internas a curto prazo economicamente útil para os que detêm os meios de produção, conservou-lhes o nome e boa parte da aparência, mas retirou seu gosto e conteúdo. (...) Como se conseguiu fazer com que poucas pessoas saibam descobrir os autênticos onde estes ainda existem, o falso pode substituir legalmente o nome verdadeiro que se extinguiu (DEBORD, 1997).

RESUMO

Esta dissertação realizou um estudo das estratégias de enunciação utilizadas pelo Programa *No Astral* da emissora *GloboNews Television* (GNT) para se aproximar da recepção. Aplicou-se a metodologia de análise semiótica aos programas exibidos no ano de 2012 e ao contexto social de onde partiu a enunciação. Além disso, buscou-se analisar os elementos novos que o programa trouxe, a relevância e os sintomas percebidos em *No Astral* que implicam conclusões sobre a sociedade contemporânea. Durante a pesquisa, percebeu-se que o programa utiliza estratégias sensíveis para se aproximar de seu receptor, privilegiando em sua enunciação os testemunhos de pessoas comuns e celebridades. Estas personagens são apresentadas como pessoas normais, “gente como a gente”, a fim de gerar maior aproximação e servir de modelo de identidade para o público do programa. A pesquisa revelou que *No Astral* dissemina valores por meio de estratégias sutis e de envolvimento sensorial. O programa visa o entretenimento e altera o tradicional contrato de leitura da astrologia nas mídias.

Palavras-chave: No Astral. Estratégias. Enunciação. Astrologia. Sensorial.

ABSTRACT

This search conducted a study of the strategies used by the enunciation from GNT (GloboNews Television) program, No Astral, to approach the reception through a semiotic analysis of programs shown, and social context of the enunciation. We applied the methodology of semiotic analysis to programs shown in 2012 and the social context in which he left the enunciation. Furthermore, we sought to examine the new evidence that the program has brought the relevance and perceived symptoms in No Astral that imply conclusions about contemporary society. During the research, it was noticed that the program uses sensitive strategies to approach their receiver, focusing on its enunciation the testimonies of ordinary people and celebrities. These characters are presented as normal people, "people like us" in order to generate greater contact and serve as a model of identity. The research revealed that in Astral disseminates values through subtle strategies and sensory involvement. The program aims to change the traditional entertainment and reading contract of astrology in the media.

Keywords: No Astral. Strategies. Enunciation. Astrology. Audiovisual. Society. Sensory

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Animação quadro apresentação	51
FIGURA 2 – Cláudia Lisboa apresentação No Astral série amor	52
FIGURA 3 – Cláudia Lisboa apresentação No Astral série trabalho	52
FIGURA 4 – Cláudia Lisboa apresentação No Astral série trabalho	52
FIGURA 5 – Laura Malin quadro parceria No Astral série amor	54
FIGURA 6 – Danton Mello quadro parceria No Astral série amor	54
FIGURA 7 – Luciana Esteves quadro parceria No Astral série amor	55
FIGURA 8– Bruno Flora quadro parceria No Astral série amor	56
FIGURA 9– Cena quadro parceria casal Bruno Flora e Luciana Esteves.....	56
FIGURA 10– Cena quadro parceria casal Bruno Flora e Luciana Esteves.....	56
FIGURA 11– Aline Tassar quadro parceria No Astral trabalho.....	57
FIGURA 12– Cena Aline Tassar quadro parceria No Astral trabalho.....	57
FIGURA 13– Cena Aline Tassar quadro parceria No Astral trabalho.....	58
FIGURA 14– Simone Vieira Resende quadro parceria No Astral trabalho.....	58
FIGURA 15– Cena Simone Vieira Resende quadro parceria No Astral trabalho.....	58
FIGURA 16 – Cláudia Lisboa cena estúdio No Astral trabalho.....	59
FIGURA 17 – Patrícia Lopes, diretora de No Astral, gravando quadro parceria.....	72
FIGURA 18 – Ed Motta quadro celebridades No Astral trabalho.....	75
FIGURA 19 – Deco quadro celebridades No Astral trabalho.....	75
FIGURA 20 – Deborah Secco quadro celebridades No Astral trabalho.....	76
FIGURA 21 – Capa da Revista Lola de agosto de 2011.....	77
FIGURA 22 – Marisa Orth quadro celebridades No Astral – por que o amor?.....	78
FIGURA 23 – Personagem não identificada quadro anônimo No Astral amor.....	85
FIGURA 24 – Personagem não identificada quadro anônimo No Astral amor.....	85
FIGURA 25 – Personagem não identificada quadro anônimo No Astral amor.....	85
FIGURA 26 – Personagem não identificada quadro anônimo No Astral amor.....	85
FIGURA 27 – Cláudia Lisboa quadro céu da semana No Astral amor.....	91

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Tabela semiose (processo de significação)	71
QUADRO 2 – Triângulo semiose Peirce	72

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	23
2. ASTROLOGIA – DA ANTIGUIDADE À CONTEMPORANEIDADE	25
2.1 A história da astrologia	25
2.2 As culturas	27
2.3 Os indícios	27
2.4 As constelações	28
2.5 As descobertas dos caldeus	29
2.6 Os objetivos	29
2.7 Alexandre, o Grande	30
2.8 A astrologia na Grécia	30
2.9 Ptolomeu, o matemático	31
2.10 O sistema das casas astrológicas	31
2.11 O renascimento da astrologia	32
2.12 A astrologia floresce na Europa mais uma vez	33
2.13 O matemático alemão	34
2.14 O britânico Isaac Newton	34
2.15 A astrologia a partir do século XX e XXI	34
3. SOBRE MEDIATIZAÇÃO	36
3.1 Astrologia mediatizada	37
3.2 Astrologia mediatizada audiovisual	41
4. PRINCIPAIS MUDANÇAS DE LÁ PRA CÁ	45
5. O SENSÍVEL E O ENTRETENIMENTO NA SOCIEDADE DAS MÍDIAS	48
5.1 Sobre o sensível.....	48
5.2 Entretenimento por Luhmann.....	53
6. SOBRE A GNT E NO ASTRAL.....	57
6.1 GNT.....	57
6.2 Temporadas <i>No Astral</i>	58
7. ANÁLISE DA ENUNCIÇÃO.....	62
7.1 Quadro apresentação	63
7.2 Quadro parceria	67
7.3 Quadro celebridades	88
7.4 Quadro anônimos	97
7.5 Quadro céu (ou dica) da semana	102
8. CONCLUSÃO	105
REFERÊNCIAS.....	108

1 INTRODUÇÃO

A astrologia surgiu aproximadamente em 3000 a.C. na Mesopotâmia com o principal objetivo de auxiliar nas tomadas de decisões dos líderes da época. Em sua origem, era muito utilizada para prever guerras, epidemias, perspectivas de colheitas e fazer recomendações para a agricultura. Todas estas decisões envolviam a vida e o futuro de muitas pessoas, por esta razão tinha-se o costume de buscar um auxílio de algo considerado “sobrenatural” (BOHRINGER,1992).

Durante muitos séculos o aconselhamento com astrólogos e a consulta a livros se mantiveram como as formas mais comuns de contato com a astrologia. Na Europa antiga as previsões astrológicas eram realizadas até mesmo nas feiras por tornarem-se populares na ocasião. A partir de 1950, com as primeiras impressões de horóscopos em jornais, a astrologia se tornou bastante difundida no mundo ocidental e desde então, obteve mais visibilidade por meio da lógica midiática do que pelos meios tradicionais de aconselhamento astrológico.

Com o avanço do consumo, a astrologia diversificou seus produtos, porém predominou o caráter textual por meio da imprensa escrita desde os anos 50, apenas se adaptando posteriormente a outras mídias, como revista, celular e internet. Ao afirmar possuir o poder de prever o futuro e servindo como uma espécie de “guia” dando ordens para os indivíduos, a astrologia nas mídias permite pouco espaço para a interação com os interlocutores, mesmo com toda a difusão da tecnologia.

Em 2011, com o lançamento programa *No Astral* da emissora *GloboNews Television* – GNT, ocorreu uma mudança na clássica forma de abordar a astrologia nos meios. O programa que vai ao ar aos domingos, aproxima o universo astrológico do cotidiano, através de uma linguagem coloquial, humorada e dinâmica.

A forma habitual de astrologia mediatizada (BRAGA, 2006) realiza previsões para o futuro. Esta nova forma proposta, em um novo meio de comunicação, enfatiza o aspecto comportamental, utilizando estratégias sensíveis, como depoimentos de pessoas célebres e comuns, legendas e produções gráficas bem humoradas, visando gerar um forte sentimento de aproximação com o público e privilegiando o tempo presente.

Desse modo, este trabalho objetivou identificar e analisar as estratégias utilizadas no Programa *No Astral* para conquistar o público e ponderar sobre o papel desta enunciação na sociedade atual, por meio da metodologia de análise semiótica.

A dissertação está estruturada em introdução e seis seções: a primeira aborda a história da astrologia abrangendo desde a sua origem até os dias atuais; a segunda trata da

mediatização e da astrologia mediatizada; a terceira aponta as principais mudanças ocorridas na astrologia; a quarta destaca a utilização das estratégias sensíveis e do entretenimento na sociedade das mídias; a quinta aborda as características da emissora GNT e do programa *No Astral* e a sexta evidencia a análise semiótica da enunciação do programa.

2 ASTROLOGIA – DA ANTIGUIDADE À CONTEMPORANEIDADE

A prática da astrologia passou por grandes transformações desde a sua concepção até os dias atuais. A evolução da própria sociedade contribuiu para esta transformação, alterando os meios tradicionais de lidar com a prática de acordo com o instante vivido. A cada momento, a astrologia foi ressignificada, algumas vezes modificando completamente a sua essência e seu significado global. Adiante conheceremos um pouco mais sobre sua história.

2.1 A história da astrologia

Segundo a astróloga Susan Miller (2011) em seu livro *Planetas e Possibilidades*, a astrologia pode ser definida como o estudo dos planetas e das estrelas por meio de determinadas tabelas matemáticas para a construção de horóscopos. O estudo de presságios sem o emprego de um horóscopo não seria considerado astrologia.

A palavra horóscopo vem do grego *horoskopos*, que significa aquele que observa a hora dos nascimentos com propósitos astrológicos na visão de Miller (2011). *Skopos* significa “observador”, de *skopein*, que significa “olhar”; *horo* significa hora.

Especificamente, um horóscopo registra as posições relativas dos planetas e estrelas em um dado ponto no tempo e no espaço, geralmente no nascimento do indivíduo (mas nem sempre – empresas e empreendimentos também têm mapas natais), sendo usado para mapear condições atuais e futuras (MILLER, 2011).

A astrologia surgiu há algum tempo. Alguns dos escritos mais antigos sobre o tema – grafados em caracteres cuneiformes, produzidos pressionando-se instrumentos pontiagudos sobre placas de argila úmida, datam de aproximadamente 3.000 a.C., na Suméria. O estudo da astrologia como é conhecido em nossos dias começou nessa região da Mesopotâmia, assim como em outros “berços da civilização”, como o Egito, a China, o vale do rio Indo e a Mesoamérica.

Quando o homem formou as primeiras sociedades agrícolas, a vida era muito precária. O mundo não contava com a medicina moderna – era uma época em que não se podia esperar viver uma vida longa. Se a fome e a doença não acometessem, sempre havia o risco de um ataque surpresa por um inimigo. Quando as condições climáticas inclementes destruíam as colheitas, trazendo dor, sofrimento e até mesmo a morte, os líderes das comunidades observavam o céu, tanto para descobrir formas mais eficientes de prever o tempo quanto em

busca de presságios dos acontecimentos futuros. Os antigos passavam muito tempo estudando o céu, onde acreditavam que vivessem seus deuses e deusas e de onde estes supervisionariam os mortais. É importante observar que, ao contrário do homem moderno, os antigos acreditavam que os planetas eram seus deuses. Por meio de prolongada observação, eles perceberam que certas atividades planetárias estavam correlacionadas com características e eventos específicos. Para explicar essa percepção de uma forma compreensível, e para torná-la vívida e memorável, eles associaram essas descobertas a determinados mitos. Esses foram os primeiros passos na criação de um vasto corpo de conhecimento chamado astrologia (HOFFMANN, 1982).

O fato surpreendente não é que os povos antigos tenham criado um sistema de previsão, mas que o tenham elaborado na forma de uma ferramenta sofisticada, complexa e criativa que se mantém até nossos dias. A astrologia mostrou-se suficientemente relevante e flexível para cobrir as vastas mudanças experimentadas pela humanidade ao longo do tempo e das distâncias geográficas. Quando se estuda a astrologia, verifica-se que está baseada numa combinação sofisticada de matemática e significados mitológicos.

A astrologia se revela aos poucos, pois é composta de camadas de significado que podem ser traduzidas a partir dos diversos símbolos subjacentes ao horóscopo. Cada mapa astral é único e também dinâmico, abrangendo não apenas as posições dos planetas do nascimento, mas também o movimento contínuo desses planetas, movimento a que os astrólogos dão o nome de “trânsitos” em relação às posições planetárias natais. Alguns aspectos planetários formam padrões comuns e recorrentes, enquanto outros são acontecimentos raros que se apresentam uma vez na vida. Alguns aspectos são gratificantes e outros representam desafios – porém, de acordo com Miller (2011), todos trazem ensinamentos sobre os seres humanos e o mundo em que se vive.

Os povos antigos viam as mesmas estrelas e constelações que são vistas hoje. Livres das condições atmosféricas densas, luzes brilhantes e edifícios altos que existem atualmente, o cidadão comum dos tempos antigos podia ver claramente as estrelas e os planetas. Por outro lado, agora existem recursos como o programa “Voyager”, dos anos 1970, e o telescópio espacial Hubble, que, desde seu lançamento em abril de 1990, enviou fotografias de planetas, estrelas e galáxias. As fotografias do Hubble fizeram avançar as fronteiras do espaço, tornando-nos a primeira geração a ver de perto e com detalhes todos os planetas (MILLER, 2011).

2.2 As culturas

Ao contrário da astrologia dos chineses, dos povos védicos e dos nativos norte-americanos, a astrologia do mundo ocidental está solidamente calcada no saber desenvolvido pelos babilônios. Gregos, romanos, egípcios e persas também contribuíram para o entendimento desse conhecimento, já que praticamente todos esses povos antigos deram contribuições culturais diversas para o sistema astrológico. Os estudiosos acreditam que cada cultura criou uma versão independente da astrologia e que a influência das viagens e da exploração, assim como a formação de impérios por meio de conquista militar, mesclou e obliterou parte dessas versões ao longo do tempo. Adiante serão apresentados alguns dos momentos mais importantes da astrologia que evidenciam a complexa evolução deste saber milenar (MILLER, 2011).

2.3 Os indícios

Uma das primeiras codificações de informações astrológicas, de acordo com Miller (2011), foi compilada na Babilônia, no segundo milênio antes de Cristo. Trata-se do *Enuma Anu Enlil*, um catálogo de deuses celestiais gravado em placas de argila. Os arqueólogos não conseguiram encontrar todas as placas. As que foram descobertas faziam parte do acervo da biblioteca do rei Assurbanípal, líder assírio do século VII a.C., que tomou a precaução de fazer cópias dos escritos babilônicos originais.

Outra importante coleção de tabletas de argila são as *Tábuas de Amizzaduga* – cuja data provável ainda é objeto de discussão – que contêm informações sobre os movimentos do planeta Vênus em relação à Lua e, em menor grau, em relação ao Sol. Os babilônios chamavam Vênus de “senhora dos céus” e registravam cuidadosamente os movimentos do planeta. É importante observar que aquele povo considerava a posição da Lua no horóscopo ainda mais importante que a do Sol¹. O calendário babilônico também era formado de meses lunares.

Em torno de 700 a.C. os caldeus habitavam a região sul da Babilônia, na Mesopotâmia, onde hoje se situa o Iraque; eram considerados habitantes tardios daquela área. Hábil na observação do céu, esse povo percebeu que algumas das estrelas observadas na abóbada celeste se moviam – eram os planetas. As 12 constelações constituíam pontos fixos

¹ A astrologia atual, por outro lado, considera o Sol mais importante.

perfeitos a partir dos quais era possível observar os movimentos planetários. As constelações permitiam aos caldeus registrar a velocidade de deslocamento dos diversos planetas. Aqueles observadores reuniram diligentemente muita informação sobre o movimento dos cinco planetas conhecidos (visíveis) – Mercúrio, Vênus, Marte, Júpiter e Saturno – e também do Sol e da Lua. A contribuição desse povo para a astrologia foi tão importante que naquela época os astrólogos eram conhecidos como “caldeus”. Acredita-se que eles tenham descoberto alguns dos fundamentos mais importantes da astrologia usados até hoje (MILLER, 2011).

2.4 As constelações

As constelações são pontos fixos a partir dos quais os antigos astrólogos podiam registrar a órbita dos planetas, esses são importantes pontos de referência para a navegação, segundo Miller (2011). São os planetas que dão significado às constelações, não o contrário. Na astrologia milenar, essas constelações desempenhavam um papel muito mais importante do que na atualidade. Naquela época, por exemplo, os fazendeiros sabiam que era sensato plantar na primavera e colher no outono, mas em algumas regiões as estações não eram tão claramente definidas. Desse modo, os fazendeiros contavam com as constelações para saber em que mês estavam. Por exemplo, durante o verão no Hemisfério Norte, Escorpião só está visível ao anoitecer. Portanto, as constelações desempenhavam um conveniente papel de calendário celeste.

Nesses 4 ou 5 mil anos em que as constelações vêm sendo estudadas pelo homem, o número delas cresceu. A *International Astronomical Union* aprovou recentemente fronteiras que definem 88 constelações oficiais. Na Antiguidade, foram selecionadas 18 constelações para uso da astrologia, mas com o passar do tempo elas foram reduzidas a 12 constelações clássicas. O progresso no trânsito do Sol era registrado por meio dos 12 signos do zodíaco adotados pelos egípcios e, mais tarde, disseminados. Entre as constelações do zodíaco, Touro, então conhecida como Touro Sagrado, é considerada a mais antiga e Libra foi a última a ser acrescentada.

Na Babilônia, Libra não fazia parte do zodíaco, mas surgiu como um signo zodiacal distinto na época dos egípcios. Previamente, as estrelas de Libra faziam parte das constelações de Virgem e de Escorpião, dependendo da cultura (MILLER, 2011).

2.5 As descobertas dos caldeus

Os caldeus, de acordo com Bohringer (1992), perceberam que os planetas não viajam por todo o céu, mas apenas por uma área restrita ou um cinturão muito estreito – o caminho conhecido como eclíptica. Os caldeus também observaram que a cada duas horas as constelações sofrem um deslocamento de 30 graus, ou $1/12$ de um círculo. Esse é o fundamento básico no horóscopo moderno. Aquele povo também atribuiu valor especial às fases da Lua e aos eclipses, tal como fazem os astrólogos de hoje. É consenso entre os astrólogos que os eclipses são importantes porque, quando ocorrem a determinados graus dos planetas natais e em trânsito, trazem rápidas mudanças no status ou na condição da casa em que caíram. No final do século IV a.C. os caldeus também haviam compilado os movimentos da Lua e dos planetas em tabelas, precursoras das efemérides² modernas (BOHRINGER, 1992).

2.6 Os objetivos

Para Miller (2011), quando os babilônios começaram a praticar a astrologia, não pretendiam que ela fosse uma ferramenta para uso pessoal. Pelo contrário, esse conhecimento era reservado ao rei e aos chefes de Estado para a previsão dos acontecimentos futuros importantes. Os astrólogos eram matemáticos e astrônomos muito preparados, cujas habilidades e talentos estavam fora do alcance do homem comum. Aristóteles assinalou que os caldeus previram a morte de Sócrates com base no horóscopo do filósofo. Também se diz que o pai de Eurípedes pediu aos caldeus para elaborarem o mapa astral do filho quando ele nasceu (480 a.C.). Ambos os fatos foram relatados no século III d.C. pelo historiador e biógrafo Diógenes Laércio. (MILLER, 2011)

Os caldeus da Babilônia, segundo Hoffmann (1982) merecem o crédito pelo desenvolvimento da astrologia como é conhecida hoje. Nos primeiros mapas natais datados de 410 a.C, foram utilizadas as posições dos planetas, mas ainda não havia um sistema de casas tão desenvolvido quanto o atual. Esse sistema surgiu no tempo de Ptolomeu há aproximadamente 170 d.C., na Grécia. Em seu lugar, os antigos usavam os graus de 0 a 30 de cada signo como “lugares”, da mesma forma como hoje se usam as “casas”. Embora fosse mais simples, aquele sistema incorporava o cálculo de um ascendente, ou seja, signo da

² A palavra *ephemeris*, do latim, significa diário.

constelação que predomina no horizonte no instante do nascimento. Além disso, associavam-se operações matemáticas sofisticadas que os astrólogos ainda usam para obter uma percepção especial em um horóscopo (HOFFMANN, 1982).

2.7 Alexandre, o Grande

Miller (2011) afirma que a conquista do Egito, da Turquia, da Mesopotâmia, do Afeganistão, da Pérsia e do norte da Índia por Alexandre, o Grande (356-323 a.C.) disseminou a astrologia grega pela região, fundindo leste e oeste. Quando a astrologia lunar da Babilônia chegou ao Egito, os habitantes da região já possuíam uma forma solar de astrologia que se acredita ter surgido em aproximadamente 1200 a.C. Credita-se aos egípcios a invenção do atual calendário solar de 365 dias, diferente do calendário mesopotâmico, que era lunar. A astrologia atribuiu ao Sol papel fundamental no mapa astral, considerando-o um pouco mais importante do que a Lua. Os egípcios, apesar de competentes matemáticos, não usavam o horóscopo. Os caldeus introduziram seus métodos empíricos de adivinhação, que usavam o simbolismo dos planetas nos signos, enquanto os egípcios contribuíram com a habilidade para calcular o grau do ascendente. Em função da rotação da Terra, um novo signo se eleva no horizonte a cada duas horas, aproximadamente, portanto, o ângulo exato do signo ascendente é também importante em um mapa.

A prática egípcia de alinhar os monumentos e túmulos em correspondência com as posições das estrelas fixas era precisa. As pirâmides são apenas um exemplo. Presume-se que os egípcios fizessem isso para criar harmonia entre seu mundo e o mundo celeste. Robert Hand assinala, conforme Miller (2011), que aquele povo não possuía ainda as técnicas matemáticas próprias para a construção de um horóscopo – elas surgiriam muito mais tarde, com os árabes, que introduziram o conceito do zero e dos números decimais (MILLER, 2011).

2.8 A astrologia na Grécia

Em torno de 250 a.C., segundo Miller (2011), ocorreu outro evento importante no desenvolvimento da astrologia. O astrólogo e estudioso caldeu Berossus abriu a primeira escola de astrologia na ilha grega de Cós, tornando tal conhecimento disponível a um público

mais amplo. Durante os quatrocentos anos seguintes, os gregos adaptaram a astrologia caldeia de acordo com as próprias tradições.

Por volta de 200 a.C. dois egípcios, o sacerdote Petosiris e o faraó Nechepso, compilaram o que já se havia descoberto sobre astrologia naquele que pode ser o primeiro manuscrito astrológico. O zodíaco como conhecemos, originalmente chamado de Círculo dos Animais e hoje conhecido como Círculo da Vida era um pouco diferente naqueles primeiros registros astrológicos, mas evoluiu gradualmente. Quando as constelações foram reduzidas aos 12 signos clássicos, algumas das características das constelações eliminadas foram repassadas para as que permaneceram. Por exemplo, as qualidades do urso (alimentação, hibernação e boa memória), antes vizinho do caranguejo, foram combinadas com as outras qualidades do caranguejo, passando a descrever a prudência e a autopreservação de Câncer (MILLER, 2011).

2.9 Ptolomeu, o matemático

Em 170 d.C., Bohringer (1992) reconhece que a astrologia havia passado por um notável avanço graças às teorias, escritos e ensinamentos de Ptolomeu, também conhecido como Claudius Ptolemaeus, figura proeminente no estudo desta prática. Ptolomeu foi um matemático, geógrafo e astrônomo grego que escreveu aquele que é considerado o primeiro manuscrito astrológico “moderno”, o *Tetrabiblos*. Em sua época, o matemático destacou-se como promotor da astrologia, explicando-a em termos concretos que podiam ser compreendidos pela classe científica. Como membro respeitado da comunidade, ele passou credibilidade ao sistema dos aspectos astrológicos fundamentado em ângulos geométricos, que forma a base da astrologia moderna. Como alguns de seus contemporâneos, Ptolomeu começou a experimentar o sistema de casas no horóscopo sobrepondo uma divisão matematicamente estruturada do mapa sobre os 12 signos do zodíaco. Essa foi uma das primeiras alterações operadas sobre o método mais primitivo então existente (BOHRINGER, 1992).

2.10 O sistema das casas astrológicas

O sistema de casas por meio do qual o horóscopo descreve as diversas áreas da vida até hoje constitui uma parte básica da astrologia, de acordo com a astróloga Miller (2011).

Especificamente, Ptolomeu escreveu que a primeira casa representa o eu, a vida e a vitalidade; a segunda casa se refere ao dinheiro ou à pobreza; a terceira casa, aos irmãos e irmãs embora hoje, ela também abrange as viagens curtas e tentativas de comunicação. A quarta casa regia, tal como rege hoje, os pais e o lar, assim como “o fim de todas as questões”, por encontrar-se no fundo, ou seja, na fundação do mapa. A quinta casa rege os filhos e os amantes, no entanto, mais tarde os astrólogos adicionaram-lhe a criatividade e o lazer. A sexta casa abrangia a saúde os servos, hoje chamados de auxiliares e colegas. A sétima casa regia e ainda rege todos os relacionamentos de compromisso, como entre os cônjuges e sócios. A sétima casa também regia os “inimigos declarados”, em comparação com aqueles que permanecem ocultos e que são temas da décima segunda casa.

Na época de Ptolomeu, a oitava casa regia a morte, mas foi gradualmente redefinida para incluir as heranças e os acordos comerciais que exigem dinheiro de terceiros. Atualmente, o sexo e as cirurgias também estão incluídos na oitava casa, já que essa é a área do mapa dedicada à regeneração e à transformação da energia. Prosseguindo, a nona casa, antes dedicada exclusivamente à religião, hoje inclui viagens de longa distância, a atividade das editoras e as questões morais e legais, assim como a educação superior. A décima casa cobria as “dignidades”, porém hoje é conhecida como a casa da fama, da carreira, das honrarias e do progresso. A décima primeira casa era a da “boa fortuna”. Regia os relacionamentos platônicos e as amizades. Hoje todas as atividades em grupo e iniciativas beneficentes estão incluídas nessa casa. A décima segunda casa era considerada o lugar dos inimigos ocultos. Agora seu significado foi expandido para incluir o subconsciente, a intuição, alguns tratamentos médicos e esforços para curar o corpo e a mente, os segredos e tudo o que acontece nos bastidores, em segredo, assim como o que os antigos chamavam de “autodestruição”. Esta distribuição continua a ser utilizada pelos astrólogos até os nossos dias (MILLER, 2011).

2.11 O renascimento da astrologia

Depois da conquista da Grécia pelos romanos, segundo Hoffmann (1982), a astrologia grega foi absorvida fervorosamente pela sociedade romana nos reinos de Otávio Augusto (27 a.C - 14 d.C), Tibério (14-37 d.C.) e Adriano (117-138 d.C.), sendo utilizada por ricos e pobres. Durante esse período, o poeta latino Marco Manílio escreveu *As astronômicas*, uma obra literária em diversos volumes que versificava a informação astrológica.

No ano 395, o imperador romano Constantino estabeleceu Constantinopla como o segundo centro de poder do Império Romano. Com o declínio de Roma depois de 410, essa região se tornou o Império Bizantino, tendo como centro a cidade de Constantinopla. Durante o período de declínio de Roma, a Igreja atacou a ênfase na superstição e o estado temporário de corrupção da astrologia, portanto, o estudo desse sistema também declinou. Contudo, os escritos astrológicos gregos foram preservados na cidade de Constantinopla, onde o grego e o latim eram falados. O Império Bizantino declinou no século VIII, depois da ascensão da cultura islâmica que dominou o Oriente Médio e o norte da África. No século IX, Constantinopla entregou ao califa de Bagdá todo o acervo de escritos gregos, inclusive o trabalho de Ptolomeu, como parte de um tratado de paz.

Em vez de declinar ou mesmo morrer quando chegou à Pérsia, a astrologia na verdade floresceu, principalmente por estar harmonizada a devoção dos povos islâmicos pela alegoria e pelo simbolismo e porque aqueles povos eram muito avançados no estudo da matemática. A cultura islâmica rapidamente traduziu os trabalhos gregos para o árabe e, diligentemente, aplicou a astrologia ao uso pessoal, por exemplo, para escolher a data mais favorável para começar um negócio ou realizar um casamento. Depois de absorvida pela cultura islâmica, a previsão astrológica tornou-se muito mais precisa e focalizada. O uso dos números arábicos, que incluíam o conceito do zero, foi responsável pelo aumento na exatidão das previsões astrológicas. Alguns especialistas acreditam que a sobrevivência da astrologia se deveu, principalmente, às novas contribuições ao campo realizadas pelas avançadas culturas islâmicas do norte da África e da porção do ocidental do Mediterrâneo, que a utilizaram desde o século VIII (HOFFMANN, 1982).

2.12 A astrologia floresce na Europa mais uma vez

Conforme Miller (2011), a astrologia de inspiração grega retornou à Europa por meio do trabalho de Abū Ma'shar (805-850 d.C.), famoso astrólogo islâmico do século IX, que escreveu o importante documento *Introductorium in Astronomiam* e a quem se atribui a responsabilidade pelo renascimento da astrologia na Idade Média. Três ou quatro séculos mais tarde seu trabalho foi levado para a Espanha, dominada pelos mouros, onde foi traduzido para o latim. De acordo com, Abū Ma'shar, assim como o movimento dessas estrelas errantes, ou seja, os cinco planetas conhecidos, a Lua e o Sol nunca cessa, as gerações e as alternâncias das coisas terrenas jamais têm fim. Ele considera que somente pela observação da grande

diversidade dos movimentos planetários torna-se possível compreender as inumeráveis variedades das mudanças neste mundo.

No século XVI, a astrologia ressurgiu com o advento do Renascimento na Itália. Desde 1125 ela foi ensinada como parte do currículo de muitas universidades, inclusive a Universidade de Bolonha, onde Dante e outros luminares da Renascença se formaram. Na verdade, a prática era tão bem-vista na época que esta universidade criou uma cadeira para ensiná-la. Outras universidades da Europa deram à astrologia o mesmo tratamento respeitoso (MILLER, 2011).

2.13 O matemático alemão

A astrologia pouco mudou até que em 1601, ao ser designado matemático imperial na corte de Rodolfo II, o alemão Johannes Kepler (1571-1630) realizou cálculos matemáticos das órbitas dos planetas, conforme destaca Miller (2011). Kepler também foi responsável por importantes modificações na versão ptolomaica da astrologia. Ele situou o Sol no centro do sistema solar, segundo a teoria de Copérnico, publicada em 1543 (MILLER, 2011).

2.14 O britânico Isaac Newton

Em 1687, quando publicou *Philosophiae Naturalis Principia Mathematica* (Princípios matemáticos de filosofia natural), o intelectual britânico Isaac Newton abriu a era da moderna astronomia. Muitos críticos atribuem a responsabilidade pelo declínio da astrologia no século XIX às descobertas de Copérnico e aos avanços da astronomia promovidos por Newton, de acordo com as ideias de Bohringer (1992).

Hoje, todos os movimentos e posições dos planetas são calculados em relação à Terra e a astrologia ainda considera verdadeiros os fundamentos esboçados por Ptolomeu, no sentido de que o horóscopo é visto quando olhamos da Terra para o céu. Também existem ramos da astrologia centrados no Sol (heliocêntricos), portanto mais uma vez, a prática se mostrou flexível para lidar com as mudanças na compreensão do homem sobre o universo a seu redor (BOHRINGER, 1992).

2.15 A astrologia a partir do século XX e início do século XXI

No século XX, o psiquiatra Carl Jung escreveu extensivamente sobre a astrologia. Além disso, realizou pesquisas com mais de 500 casais onde observou que em seus mapas astrais, em sua maioria, a Lua da mulher estava em conjunção com o Sol do marido. Este fenômeno era denominado por Jung de sincronicidade. Para ele, isto não provava a eficácia da astrologia, mas também não a descartava. Os estudos de Jung foram importantes para o renascimento e difusão da astrologia neste século (MILLER, 2011).

A partir de 1950, muitas revistas e jornais implantaram colunas de horóscopos, trazendo a astrologia para o consumo de massa. Atualmente, muita gente conhece o próprio signo solar e muitos sabem mais do que isso sobre seus horóscopos. A proliferação dos computadores pessoais e da internet no início do século XXI resultou num poderoso renascimento da astrologia, porém com uma abordagem diferente da Antigüidade. A astrologia passou a sofrer então, um processo de mediatização (BRAGA, 2006).

3 SOBRE MEDIATIZAÇÃO

No século XX um novo fenômeno passou a tomar conta de nossa sociedade. A racionalidade e a dominação compuseram as forças de desenvolvimento do capitalismo até seu modo contemporâneo, instituindo um modelo mental instrumental e orientado para estes fins (REIS, 2012). Em sua história, a atividade econômica capitalista se vale do referido modelo para se afirmar politicamente como “tráfego social regido pelo direito privado burguês e [pela] dominação burocrática” (HABERMAS, 2006, p.43), que dependem, para seu pleno desenvolvimento, de um sistema de pensamento tecnocrático. Nestes termos:

Racionalização significa, em primeiro lugar, a ampliação das esferas sociais, que ficam submetidas aos critérios da decisão racional. A isso corresponde a industrialização do trabalho social com a consequência de que os critérios da ação instrumental penetram também noutros âmbitos da vida (urbanização das formas de existência, tecnificação do tráfego e da comunicação). Em ambos os casos trata-se da implantação do tipo de ação social relativamente a fins (HABERMAS, 2006, p.45).

Para se perpetuar, o sistema capitalista utilizou a racionalização e a dominação em praticamente todas as áreas da vida. Quando falamos em racionalização também tratamos o uso de dispositivos, que atingiram a comunicação humana, ou tecnificação, termo usado por Habermas. A comunicação a partir daí torna-se extremamente mediada por dispositivos técnicos com o progresso e a serviço do capitalismo.

Daí advém o termo mediatização, que trata de aspectos sociais que passam a se desenvolver por meio de mídias como, por exemplo, a astrologia. Porém, isto ocorre sem excluir os meios tradicionais com que as práticas são realizadas, já que não se pode falar em mediatização como um processo completo, único, que extinguiria os antigos meios de realização de uma determinada técnica (BRAGA, 2006). Alguns autores vão além e acreditam que não somente alguns aspectos sociais estão sofrendo o processo de mediatização, mas sim a sociedade como um todo: da educação à política, do esporte à cultura, do esoterismo ao lazer, a vida passa a operar em uma lógica midiática.

De acordo com Verón (2005), o processo de inserção das tecnologias de comunicação nas sociedades industriais passou por dois períodos diferentes. O primeiro foi o das sociedades midiáticas, ou seja, em que os meios de comunicação de massa foram progressivamente instalados no tecido social. As sociedades industriais midiáticas, segundo

ele, surgiram no século XIX com o progresso da imprensa escrita de massa, evolução que se tornou mais complexa com a criação do rádio e da televisão.

O segundo período citado por Verón (2005) é o das sociedades industriais mediatizadas ou midiaticizada, como ele denomina. Este tipo de sociedade emerge à medida que as práticas institucionais de uma sociedade midiática se transformam em profundidade porque há mídias. Para ele, a mediatização das sociedades industriais, que tinham se tornado midiáticas há mais de um século, acelerou-se depois da Segunda Guerra Mundial. A conscientização da importância das tecnologias da comunicação durante a guerra não é estranha a essa aceleração.

Sodré (2002) adverte, porém, que este processo de mediatização exacerbada faz com que os indivíduos deixem de viver autorreflexivamente, pois são constantemente solicitados a olhar para fora de si e praticamente “obrigados” a viver em interação:

Hoje, o processo redonda numa mediação social tecnologicamente exacerbada, com espaço próprio e relativamente autônomo em face das formas interativas presentes nas interações tradicionais. A reflexividade institucional é agora o reflexo tornado real pelas tecnointerações, o que implica um grau elevado de indiferenciação entre o homem e sua imagem – o indivíduo é solicitado a viver, muito pouco reflexivamente, no interior das tecnointerações, cujo horizonte comunicacional é a interatividade absoluta ou a conectividade permanente (SODRÉ, 2002, p.24).

Para o autor, a tecnocultura, que abrange os meios de comunicação e o mercado, seria uma espécie de quarto bios, em referência aos três gêneros de bios de Aristóteles, que distingue, a exemplo do que fez Platão no Filebo, três gêneros de existência (bios) na polis: bios theoretikos (vida contemplativa), bios politikos (vida política) e bios apolaustikos (vida prazerosa, vida do corpo). A mediatização, assim, torna-se uma nova forma de vida, pois implica em uma transformação das formas tradicionais de sociabilização, além de uma nova tecnologia perceptiva e mental. Sugere, portanto, um novo tipo de relacionamento entre os indivíduos e a sociedade, ou seja, outra condição antropológica.

3.1 Astrologia mediatizada

O aconselhamento a astrólogos foi a forma mais comum de aproximação com a astrologia durante séculos, porém a partir de 1950, esta história ganhou contornos diferentes. Os primeiros horóscopos começaram a ser publicados no caderno de entretenimento dos jornais ocidentais que atingiam grandes massas, conjuntamente com as palavras cruzadas e as

histórias em quadrinhos, com o intuito de “desanuviar” a mente dos consumidores após tanta informação publicada (LIMA, 2008). Desde então, o maior ponto de contato entre o público e a astrologia passou a se desenvolver por meio da mídia, sofrendo um processo de mediatização que pode ser definido como uma tendência à “virtualização” ou “telerrealização” das relações humanas (SODRÉ, 2002), no qual métodos sociais específicos passam a se desenvolver, inteira ou parcialmente, segundo lógicas da mídia (BRAGA, 2006).

Diariamente a partir de então, era possível encontrar horóscopos em jornais e revistas, nos quais o conteúdo apresentava um caráter individualista, com ordens de “cima-para-baixo”, onde o enunciador mostrava possuir o poder de prever o futuro do enunciatário e o mesmo deveria seguir suas instruções se almejasse sucesso.

Um dos maiores críticos da indústria cultural, o sociólogo alemão da Escola de Frankfurt, Theodor W. Adorno, realizou nesta época, entre novembro de 1952 e fevereiro de 1953, uma pesquisa no *Los Angeles Times* que resultou no livro *As estrelas descem a terra – a coluna de astrologia do Los Angeles Times: um estudo sobre a superstição secundária*. O jornal americano possuía uma coluna diária de astrologia assinada pelo astrólogo Carrol Righter, conhecido como consultor dos astros de Hollywood da época. O propósito do livro não era o estudo da astrologia em si, mas a “susceptibilidade” à qual estão sujeitas as pessoas. Adorno considera que a astrologia foi utilizada como chave para potencialidades sociais e psicológicas muito mais abrangentes, sendo vista como sintoma de tendências sociais específicas (ADORNO, 2008).

Vítimas do nazi-fascismo, os intelectuais filiados à Escola de Frankfurt avaliaram, em primeiro lugar, as formas e os instrumentos da cultura de massa manipulados pelo nazismo. No exílio, nos Estados Unidos, detectaram que a cultura, veiculada pelos meios de comunicação, funcionava como um poderoso instrumento para promover os valores da sociedade de consumo norte-americana. Controlada, a rigor, pelas corporações gigantes, a indústria cultural foi organizada segundo as estruturas de produção capitalistas. Durante os anos 40 e 50, a cultura de massa e os meios de comunicação funcionaram como poderosos instrumentos da geração e propagação de modos de pensamento e comportamentos apropriados para o funcionamento e massificação da sociedade.

Desse modo, o estudo de Adorno (2008) é, sobretudo, um estudo de valores e dominação implícitos na coluna do astrólogo que retratavam os modos de funcionamento da sociedade naquele momento, coincidindo com o que afirma Barthes (1976) – a astrologia não é preditiva, mas sim descritiva, pois descreve muito realisticamente condições sociais.

Na década de 50, diferentemente do astrólogo Carrol Righter, muitos dos profissionais que faziam horóscopos impressos em jornais na ocasião eram os próprios jornalistas que se especializavam na prática da astrologia por meio de livros e almanaques, como retrata o filme dirigido por Bruce Robinson, *O Diário de um Jornalista Bêbado*. O longa-metragem nos mostra a vida do jornalista americano e protagonista do filme, Paul Kemp – interpretado por Johnny Depp – que abandona sua vida em Nova York para viver em Porto Rico para trabalhar no jornal *The San Juan Star*. O chefe de Kemp o deixa responsável pelo horóscopo, e desde então ele começa a estudar manuais de astrologia para criar os horóscopos diários do jornal. Kemp sente-se um pouco mal por trabalhar com astrologia e outros assuntos pequenos, pois percebe que seu potencial como jornalista é muito maior. O filme diagnostica a má prática da época em que os próprios astrólogos foram relegados ao segundo plano, perdendo lugar para os jornalistas. Isto evidencia que o horóscopo mediatizado impresso não exigia grande aprofundamento e contratar um astrólogo implicaria em um gasto a mais para os jornais da ocasião (LIMA, 2008).

No Brasil, um pouco mais tarde em meados da década de 70, surgiram alguns astrólogos por meio da mídia como Omar Cardoso, considerado o maior e mais famoso astrólogo do país de todos os tempos. Ele trabalhou em diversos jornais paulistas, emissoras de rádio e televisão. Suas previsões eram respeitadas em todo o território nacional e as fazia principalmente pelo programa Bom Dia Mesmo, da Rádio Bandeirantes de São Paulo. Escrevia para 140 jornais e sua revista anual astrológica atingia a tiragem de 300.000 exemplares. Liderava ainda um grupo empresarial, responsável pela produção de chaveiros, brindes, adesivos, e horóscopos que eram distribuídos em todo o país até sua morte, em dezembro de 1978 (OMAR CARDOSO, 2012).

Nos anos 90, a autora Laurence Bardin (1996) realizou um trabalho parecido com o de Adorno, porém com o método criado por ela de análise de discurso para pesquisar a coluna de horóscopo semanal da revista feminina *Elle*. Bardin publicou suas análises em seu livro *Análise de conteúdo*, onde chegou a conclusão de que os horóscopos da revista impunham modelos de conduta sob a forma de conselhos, sobressaltavam certas atitudes consideradas positivas pela sociedade, tais como iniciativa e organização, e abominavam outras como preguiça e espírito crítico. *Elle*, segundo a autora, valorizava as atitudes que ajudavam e rejeitava as que prejudicavam o aumento do lucro e o progresso do capitalismo. Bardin (1996) chegou a mesma conclusão de Adorno, de que o horóscopo sustentava os valores da sociedade

e era mais descritivo do que preditivo. Isto prova que da década de 50 para a década de 90 a astrologia mediatizada pouco se alterou.

Já na virada do século XXI com o advento da internet e a proliferação dos celulares, a mediatização da astrologia se tornou um pouco mais complexa. Passamos a encontrar horóscopos em vários sites ou receber *short message service* (SMS) no celular com previsões diárias ou mensais. Surgiram astrólogos de destaque através das mídias como Susan Miller, a americana mais acessada da internet. Susan escreve também para revistas de vários países como Turquia, Japão, Coréia, Estados Unidos e Brasil – *Revista Lola*, além de publicar horóscopos mensalmente no site *astrologyzone.com*, acessado por aproximadamente 18 milhões de pessoas no mundo todo. A astróloga é conhecida por seu horóscopo detalhista, com aproximadamente 3.500 caracteres em seu site, com previsões dos melhores dias para o amor, trabalho, datas para festas e viagens. Também ficou conhecida por ser consultora de celebridades como Kirsten Dust, Orlando Bloom, Jennifer Aniston e Cameron Diaz (KAISER, 2010).

Com a publicação de horóscopos em meios distintos, como *sites* e celulares, a forma de veiculação da astrologia nos meios de comunicação pouco se alterou. Por meio de textos prontos, os horóscopos solicitavam pelo ato de linguagem do emissor uma reação determinada do receptor, gerando uma relação de influência e dominação (LIMA, 2008).

Nos textos dos horóscopos, até então, qualquer que fosse a relação psicossocial do receptor ou seu comportamento efetivo, ele seria solicitado pelo ato de linguagem do locutor a ter uma reação determinada: responder e/ou reagir, provocando uma relação de influência. Este caráter autoritário surgiu nos anos 50 e persiste até hoje na maioria dos jornais como podemos observar no trecho do horóscopo da astróloga Barbara Abramo do jornal Folha de S. Paulo: “Imprima seu toque original...”, “... continue examinando tudo aquilo em sua vida que quer mudar”, “Paciência!”, “Para ter mais informações sobre qual a melhor atitude a ser tomada, consulte amigos e colegas...” (FOLHA DE S. PAULO, 2010). Estes fragmentos mostram o apelo do locutor a uma “tomada de posição” do interlocutor.

Para Lima (2008), o sujeito falante dos horóscopos mediatizados tradicionais, em sua enunciação, encontra-se em uma posição de superioridade em relação ao receptor e lhe atribui papéis que impõem sua realização (“fazer fazer” / “fazer dizer”) ao interlocutor. Assim, há a produção de uma “solicitação” por parte do emissor ao receptor, de modo que se estabelece entre eles uma relação de demanda, como é evidente neste trecho do horóscopo do jornal O Globo feito por Cláudia Lisboa: “Os assuntos pendentes *devem* ser solucionados e, para isso,

algumas decisões *precisam* ser tomadas” (O GLOBO, 2012). Neste enunciado é visível como a astróloga utiliza o imperativo, requerendo uma ação por parte de seu receptor. Percebe-se que Lisboa demonstra estar em uma posição de superioridade e dominação, estabelecendo uma relação de demanda, onde um pede e o outro obedece. Este tipo de discurso é encontrado em praticamente todos os horóscopos mediatizados atuais.

3.2 Astrologia mediatizada audiovisual

Antes de prosseguirmos neste tópico, convém aqui esclarecer o conceito de contrato de leitura, citado por Verón (2005):

O conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor; uma paisagem, de alguma forma, na qual o leitor pode escolher seu caminho com mais ou menos liberdade, onde há zonas nas quais ele corre o risco de se perder ou, ao contrário, que são perfeitamente sinalizadas. Esta paisagem é mais ou menos plana mais ou menos acidentada. Ao longo de todo o percurso, o leitor reencontra personagens diferentes, que lhe propõem atividades diversas e com as quais ele sente mais ou menos desejo de estabelecer uma relação, conforme a imagem que eles lhe dão, a maneira como o tratam, a distância ou a intimidade que lhe propõem (VERÓN, 2005, p. 236)

Para Verón, o contrato de leitura é que cria o vínculo entre o suporte e o receptor. Este contrato dar-se-ia por meio de dispositivos de enunciação criados pelo suporte para estabelecer um vínculo com seu destinatário. A enunciação diz respeito não somente ao que é dito, mas ao dizer e suas modalidades, os modos de dizer.

Com o surgimento das novas mídias, a sociedade e os meios clássicos estão passando por grandes transformações e modificando concomitantemente seus contratos de leitura. O receptor está ganhando mais espaço para se posicionar, alterando as formas tradicionais de comunicação nos meios. Desse modo, a astrologia mediatizada – que apresentava o formato unilateral, a premonição e a imperatividade – tem se configurado para adaptar-se a um novo cenário e um novo meio. Neste panorama há uma maior participação dos interlocutores e a astrologia é exibida em um meio audiovisual.

Atualmente, a apresentação da astrologia audiovisual é feita pela emissora de tevê GNT (Globosat News Television), canal por assinatura da Rede Globo. A emissora que foi criada em 1991 com foco em transmissão de notícias, reposicionou a partir de setembro de 2003 sua programação, passando a privilegiar o entretenimento e a informação para o universo feminino. Criou programas voltados para moda, beleza, sexo, relacionamentos,

gastronomia e comportamento. Na ocasião não havia nenhum canal de televisão especializado para o público feminino no Brasil.

Em 2011, depois de várias pesquisas realizadas com mulheres de vários estados, a identidade visual da GNT foi modificada e a programação repensada, organizando-a em editoriais. Ao longo do ano, foram 20 estreias nacionais, além de reformulações em programas já existentes. Uma das estratégias da emissora para atingir e conquistar o público feminino foi utilizar personalidades e jornalistas de sucesso como âncoras de programas segmentados. Na essência, o canal tornou-se uma revista feminina 24 horas no ar. Seu público abrange mulheres adolescentes e adultas das classes A e B (ABOUT, 2012).

Deste modo, com o novo formato da emissora em editoriais, o horóscopo não poderia ser deixado de lado, já que está presente em praticamente todas as revistas para o público feminino. Assim, foi criado o programa *No Astral* e a astrologia, com caráter tradicionalmente textual, adaptou-se ao meio audiovisual ganhando o status de programa televisivo em lugar de colunas de pouco destaque que assumia anteriormente em revistas e jornais.

Machado (2007) nos ajuda a entender a definição de programa televisivo:

Podemos definir o programa de televisão como qualquer série sintagmática (sequencia de imagens e sons eletrônicos) que possa ser tomada como uma singularidade distintiva em relação às outras séries sintagmáticas da televisão. Pode ser uma peça única, como um telefilme ou um especial; uma série ou minissérie apresentada em capítulos; um horário reservado para um gênero específico (seriado, telejornal, *talk show* etc.), que se prolonga durante anos, sem previsão de finalização; ou até mesmo a programação inteira, no caso de emissoras ou redes “segmentadas” ou especializadas, que não apresentam variação de blocos. (MACHADO, 2007, p.4)

Dividido em temporadas e sem previsão de finalização, segundo a definição de Machado (2007), o programa televisivo *No Astral* foi criado em 2011 pela GNT para preencher a “coluna” de horóscopo da revista. O programa aborda a astrologia em seu contrato de leitura por meio de animações, legendas humoradas, depoimentos de celebridades, trechos de filmes e uma grande participação de pessoas comuns narrando situações particulares, reforçando cada vez mais as características do entretenimento, até mesmo pelo dia e horário de exibição – aos domingos às 19:45 horas.

Segundo o próprio site da emissora, *No Astral* visa “desmistificar” e apresentar a astrologia de um modo simples. Em algumas edições, até mesmo recortes de filmes famosos são utilizados pela enunciação para ilustrar as características de cada signo e os discursos das personagens. Ao contar a história da astrologia remetendo a mitologia grega, o programa

emprega animações bem atípicas, apõe certo tom de ironia, com enunciação leve, descontraída e sofisticada. Após a veiculação pela GNT, trechos do programa são hospedados em seu site e alguns episódios são postados no Youtube na íntegra, onde os receptores podem rever a qualquer tempo as cenas exibidas e deixar seus comentários.

O programa é apresentado por Cláudia Lisboa, astróloga e professora de astrologia desde 1979. Cláudia formou-se na escola da alemã Emma Costet de Mascheville, em Porto Alegre. Começou a carreira em São Paulo na Escola Júpiter de Astrologia e na década de 80 voltou para sua cidade natal, o Rio de Janeiro, onde abriu uma escola de astrologia. Atualmente, escreve o horóscopo do Jornal O Globo, além de apresentar *No Astral* (NO ASTRAL, 2012).

No programa, Cláudia analisa uma parceria a cada episódio: um casal de namorados, colegas de trabalho, sogra e nora, irmãos, e até um casal separado. Com base nos depoimentos e vivências reais, comenta as características de cada signo encontradas nos testemunhos. Em todas as edições, celebridades são convidadas também a revelar suas atitudes e a relação das mesmas com seu signo. Para gerar identificação com o público, o programa “dá a voz” para outros indivíduos contarem suas experiências, mesmo que a apresentadora faça colocações pontuais entre as declarações proferidas.

A astróloga foca sua fala sempre no lado comportamental e utiliza o discurso das personagens das historietas e entrevistas para ratificar as suas ideias. Pode-se dizer que a maior parte do programa é feita com a fala de celebridades e pessoas comuns, nas ruas, em suas casas, em seu trabalho, porém a enunciação do programa, em alguns episódios, tenta direcionar um pouco mais o olhar do receptor.

Em alguns momentos, quando são feitas entrevistas nas ruas onde não aparece o entrevistador, *No Astral* passa mais a imagem de “fatos sobre a vida real” do que um programa sobre astrologia em si, remetendo a ideia de inversão de papéis entre emissor e receptor. Por outro lado, durante as entrevistas de parceria e entre as entrevistas nas ruas, a astróloga comenta seus pontos de vista sobre o comportamento de cada signo e procura, nas histórias das pessoas, pontos que as confirmem. Assim, Cláudia Lisboa conduz as entrevistas de uma forma que as pessoas reafirmem os conceitos que ela mesma defende.

Estas narrações de personalidades comuns e célebres são colocadas com o tom de “pessoas normais”, “gente como a gente”, remetendo suas falas à cotidianidade e traçando uma espécie de vínculo com a audiência por meio de enunciações que levam ao reconhecimento (KROTH, 2011). Percebemos essa tentativa de aproximação na fala da atriz

Juliana Paes no programa da série amor, conhecida por fazer vários papéis de “mocinha apaixonada” e participar de finais felizes em novelas:

Acho que as pessoas esperam que o amor deva ser algo arrebatador, intenso, que até dói e eu não acho que o amor é isso. Eu acho que isso pode ser a paixão. O amor é pra ser suave, eu vejo o amor como um lago sereno. Obviamente que de vez em quando umas pedrinhas batem, né? Uns pedregulhos e aí ó! Relacionamento é feito disso, tem hora que tá muito bom, tem hora que tá uma porcaria, você pensa em separar: o quê que eu to fazendo com essa pessoa? E tem hora que você pensa: caramba! É realmente o amor da minha vida, como eu pensei em ficar longe dessa pessoa? É meio que por aí, de uma maneira geral o nosso coração tem que tá sereno só por saber que esses altos e baixos vão vir (PAES, 2012).

A forma clássica de contrato de leitura da astrologia mediatizada da imprensa escrita realiza “previsões para o futuro”, esta nova forma, em um novo meio de comunicação, foca mais no modo em que as pessoas de cada signo levam a vida. Juliana Paes retrata em sua fala, uma pessoa de carne e osso, palpável, podendo representar o discurso de qualquer um de nós.

No site do programa, Cláudia Lisboa afirma que a astrologia é um saber singular e não visa respostas. Ela – a astrologia – aponta para um trabalho: o incrível trabalho de nos transformar no que somos, segundo a apresentadora. Ao ler isto, percebemos o por quê destes novos elementos trazidos pelo programa, que objetiva a “desmistificação” da prática, tentando aproximá-la do público por meio de uma linguagem de fácil entendimento e narração de fatos do cotidiano.

Ao abordar o assunto por meio da linguagem audiovisual, e não da forma clássica textual que a astrologia mediatizada possui há mais de 60 anos, o programa visa alterar a idéia do clássico formato unilateral e imperativo com que a prática sempre foi criticada. Os meios passam a utilizar estratégias sensíveis (SODRÉ, 2006) em seu contrato para envolver o público através de emoção e sentimento de proximidade.

4 PRINCIPAIS MUDANÇAS DE LÁ PRA CÁ

Como podemos perceber, em seu surgimento, a astrologia era utilizada para prever guerras, epidemias, ajudar nas tomadas de decisões e obter perspectivas de colheitas. Em outras palavras, no início a prática era muito mais voltada para o bem estar comum. As consultas a astrólogos se davam face a face, com horóscopos feitos à mão por técnicas passadas por ancestrais ou aprendidas nos livros, sendo ato corriqueiro consultar um astrólogo, como é atualmente ir a um médico.

A crença na influência dos astros na vida terrestre, que na antiguidade podia levar à guerra ou a um recuo provisório desta, perdeu seu valor como saber válido para explicação dos acontecimentos da vida cotidiana. A desvalorização, o descrédito e mesmo o processo de ridicularização a que a astrologia foi submetida ao longo dos séculos pelas religiões e pela ciência não lhe tiraram a capacidade de promover e sustentar crenças, mesmo no hipermaterialista mundo contemporâneo. É essa sua capacidade para manter a adesão aos valores e crenças que erige como visão de mundo, que garante sua sobrevivência na “selva” do processo rotineiro de apresentação das notícias, em que diversos textos e cenografias competem pelo espaço físico limitado da imprensa (LIMA, 2008).

Obviamente, os horóscopos que olhavam para a comunidade já não fariam mais sentido na atual sociedade individualista que os associa ao divertimento. Além disso, a vida na antiguidade era marcada pela incerteza. O homem não dominava a técnica e não sabia lidar com a natureza e seus fenômenos e utilizava a astrologia como forma de auxílio para prever o temeroso desconhecido. Naquela época, a qualquer momento, poderia haver uma invasão de uma comunidade vizinha, a comida dependia de colheita própria e se era ainda mais vulnerável aos fenômenos naturais como tempestades, secas e terremotos. Visando dominar este “desconhecido” e tornar o imprevisível um pouco mais previsível, a astrologia se mostrava como técnica útil em favor dos povos antigos.

No momento em que ressurge e começa a ser publicada nos jornais, a astrologia volta com um caráter diferente, pois a própria sociedade já não é mais a mesma. Com a revolução industrial e a globalização, a vida se tornou um pouco mais previsível, o homem passou a dominar a técnica e a prever muitos fenômenos naturais. A comida, para muitos, não é escassa e já não há ameaças de invasões e tomadas de territórios como antigamente. Desta forma, a astrologia foi *ressignificada* de acordo com o momento vivido.

Pode-se, portanto, atribuir de alguma forma estas mudanças de abordagem e uso da astrologia no decorrer dos anos, às mudanças sociais, já que a astrologia acompanha as

transformações nas sociedades para sobreviver. Com o avanço do capitalismo, o conhecimento, o lazer e os vários aspectos da vida transmutaram-se em entretenimento para as massas, mediados pelas novas tecnologias de informação e pelo sentido de hedonismo (ou vazio existencial) que marca a metade final do século XX e o início do século XXI (TRIGO, 2003). Neste cenário, com a tentativa de preencher este vazio, a astrologia volta o seu olhar para o indivíduo, transformando-se mais em entretenimento do que em técnica preditiva, a fim de acompanhar estas transformações.

A literatura e a escrita, porém, perderam a hegemonia que conquistaram como narrativas centrais do entretenimento no século XIX para o cinema e a televisão (SERELLE, 2010). A astrologia levou alguns anos para adaptar-se a estes novos meios, chegando a atingi-los com mais força no século XXI.

Após longos anos de publicações nas sessões de entretenimento de jornais e revistas com caráter apenas textual, ao estrear no audiovisual com *No Astral*, a prática mudou o formato tradicional da relação entre emissores e receptores nas mídias, dado que, com o avanço e popularização de redes sociais como *twitter*, *facebook* e *instagram*, ocorre uma inversão de papéis entre estes pólos, onde todos podem se tornar emissores de suas próprias ideias. *No Astral*, ciente disto, implantou a estratégia de utilizar pessoas comuns para seguir a tendência da sociedade contemporânea, na qual os receptores possuem maior participação nas mídias.

De acordo com Barbero (2006), as pessoas sentem-se estimuladas a participar nas mídias pelo prazer da visibilidade e da representação social. Para ele, a hegemonia imagética é uma forma de reconhecimento, em que o direito de ser visto e ouvido equivale ao direito de existir socialmente, seja no campo individual ou coletivo. Isso denota que as pessoas não querem apenas informação das mídias, mas querem fundamentalmente ver-se, ouvir-se participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem. O autor enxerga no avanço das tecnologias a possibilidade de maior participação popular, proporcionando aos indivíduos a chance de interação e intervenção.

Por outro lado, Sodré (2006) acredita que ocorreu uma grande transformação entre a recente televisão, a qual denomina de “neotelevisão” e a “paleotelevisão”, primeiro formato geral da tevê. Para ele, a Neotevê fala menos do mundo exterior e mais de si mesma e do contato que estabelece com o público. Com a maior oferta de programações, os telespectadores podem mudar de canal no momento que desejarem. Desta forma, para sobreviver a este poder de comutação, procura-se entreter o telespectador dizendo-lhe “eu

estou aqui, eu sou eu e eu sou você”. Segundo o autor, a mídia atual utiliza uma linguagem mais afetiva do que racional:

Liberadas as pessoas e as coisas de seu peso ou de sua gravidade substancial, tornadas imagens que ensejam uma aproximação fantasmática, a cultura passa a definir-se mais por signos de envolvimento sensorial do que pelo apelo ao racionalismo da representação tradicional, que privilegia a linearidade da escrita (SODRÉ, 2006, p.19)

Nesta fala de Sodré, podemos abranger a mediatização da astrologia, prática que a mídia privilegiou por tanto tempo através da escrita e agora a está lançando em um meio de envolvimento sensorial maior, que é a tevê, com uma linguagem mais afetiva.

5 O SENSÍVEL E O ENTRETENIMENTO NA SOCIEDADE DAS MÍDIAS

A partir da Segunda Guerra Mundial, muitas áreas do conhecimento, lazer e vários outros aspectos da vida cotidiana sofreram um processo de mediatização e se transmutaram em entretenimento, como é o caso da astrologia.

De acordo com Trigo (2003), vivemos em uma sociedade de hiperconsumo, cuja informação é uma mercadoria valiosa e os fluxos de circulação da informação são controlados por instituições e empresas ligadas aos mais diversos setores produtivos. Nesta sociedade existe uma complexa rede que agrupa em um mesmo fenômeno atividades que, na origem, são diferentes (esportes, ciência, notícias, arte, educação, esoterismo, lazer, turismo, show-business), mas que se articulam enquanto mercadorias destinadas a um consumo específico marcado pelo prazer. Surge um grande e difuso espaço que pode ser denominado entretenimento – ou espetáculo, terminologia utilizada por Debord (1997), abordado com profundidade adiante. O entretenimento perpassa todas essas atividades e possibilita transformar tudo, literalmente tudo, em mercadoria para consumo, das mais simples e baratas até as mais exclusivas, sofisticadas e caras.

Este entretenimento, segundo Trigo (2003), trabalha a serviço dos sentidos e das emoções, provocando reações que excitam o sistema nervoso. A mídia, no geral, passa a privilegiar mais a emoção do que a razão em seu discurso, como veremos a seguir.

5.1 Sobre o sensível

Sodré (2006) nos adverte em seu livro, *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*, que praticamente todas as esferas da sociedade mediatizada estão sendo permeadas por essa sensibilidade exacerbada, até mesmo a informação e a política. Para ele, os meios atuais passam a definir-se mais por signos que envolvem os sentidos do que signos que apelam para o racionalismo. Utilizando-os na linguagem do entretenimento, os meios esvaziam oportunidades para reflexão em áreas cuja origem necessita de uma linguagem racional. A política fragmentada, por exemplo, perde a compreensão da vida, dos sofrimentos, dos desamparos, das solidões, das necessidades não quantificáveis. Tudo isso contribui para a enorme regressão democrática, com os cidadãos afastados dos problemas fundamentais da cidade. Esta emoção exacerbada, este esvaziamento, segundo Sodré (2006), é utilizado para controle social:

São estratégias semelhantes ao manejo industrialista das sensações e emoções hoje realizado pela mídia de espetáculo ou pela cultura de massa em geral. Nos grandes shows de música popular, nos folhetins televisivos, na literatura de grande consumo, nos programas humorísticos de tevê, a emoção fácil é o produto com que se adulam os públicos, levando-os a risos e lágrimas fáceis. A emoção está aí a serviço da produção de um novo tipo de identidade coletiva e de controle social, travestido em felicidade pré-fabricada (SODRÉ, 2006, p.51)

O que Trigo (2003) denomina simplesmente de entretenimento por estar associado às emoções, Sodré (2006) nomeia de estratégias sensíveis. Ele observa que este tipo de sentimento encontrado nas mídias em uma grande diversidade de aspectos sociais – da alimentação à política – é ressignificado ou “colonizado” pela lógica do espetáculo, devido a essa reorientação intelectual e afetiva. Esta ressignificação, segundo Sodré, pode levar os indivíduos a realizar julgamentos mais estéticos do que morais, lançando-os no que ele chama de uma imediatez múltipla e fragmentada. Efeitos de fascinação, moda, celebridade e emoção a todo custo permeiam sistematicamente essa forma de vida emergente, em que as sensações detêm o primado sobre os antigos valores de natureza ética (SODRÉ, 2006).

A prática de transformar qualquer área de consumo em mercadoria e apor sempre sentimentos e sensações nos produtos midiáticos levou os meios a utilizar várias estratégias diferentes em seus contratos de leitura. A mídia passou a tentar aproximar-se mais do “mundo da vida”, tentando estabelecer uma ordem mais comunicacional do que informacional. Sodré (2006) acredita que esta aproximação também é uma tentativa de sobrevivência das mídias frente à concorrência, visto ao poder de *zapping* dos receptores.

Como vimos, a astrologia, seguindo o intenso processo de mediatização da sociedade e de todas as áreas de conhecimento, passou a ser comumente encontrada por meio das mídias. Percebemos que uma das grandes características desta sociedade mediatizada e das mídias atuais é a permeação do sensível e do entretenimento. Como não poderia deixar de ser, a astrologia também foi atingida por este processo de ressignificação nas mídias, passando a ter o objetivo de entreter, “apaziguar” a mente das pessoas. Para isso ela utiliza a aproximação de signos de envolvimento sensorial a fim de atingir o seu público nos meios de comunicação atuais.

Podemos tomar como exemplo o horóscopo no site da astróloga mais famosa do mundo, Susan Miller, que se coloca no discurso, criando um contrato de leitura diferente com seu receptor:

Conheci um homem aquariano em Los Angeles que passou pela pior separação que já vi. Mesmo assim, mesmo jurando que jamais voltaria a amar novamente, eu sei que ele voltará. Esse é o lado bom de ser astróloga, saber quando coisas boas vão acontecer na vida das pessoas. E neste mês de junho, sei que você também terá uma chance para amar, aquariano [tradução nossa] (MILLER, 2012).

Se nos anos 50, os horóscopos textuais eram frios e impessoais, solicitando uma atitude do interlocutor e muitas vezes utilizando verbos no modo imperativo, aqui encontramos um processo diferente. Miller se coloca perto de seus leitores, narrando em 1ª pessoa, por meio de um horóscopo próximo a um texto de um romance, ela tenta uma aproximação pelo sensível. Os horóscopos textuais estão cada vez mais utilizando este tipo de contrato para conseguir se conectar aos receptores da sociedade do sensível, como é o caso do site de Susan Miller.

O início da permeação do sensível na astrologia se deu no rádio, em meados dos anos 70 (LIMA, 2008), cuja figura pioneira foi Omar Cardoso. A entonação de sua voz, assim como dos locutores do rádio em geral, criava um tom de verdade, como se “profetizasse” os acontecimentos.

O rádio falava de perto aos mais ávidos corações, gerando uma aproximação maior com os receptores, já que nesta época, o rádio era uma grande mídia da sensibilidade, pois o som instaura a qualidade da sensação junto ao cérebro e essa experiência auditiva é isenta de imagens externas autoritárias. Com o rádio, somos capazes de produzir imagens livres em nossa mente e sua presença mental é singular e avassaladora (PINTO, 2007).

Entre os anos 1970 e 2000, porém, com a proliferação da televisão, da internet e dos celulares, a indústria do entretenimento cresceu e os horóscopos foram adaptados para estes meios e suas características. A astrologia, assim como outras áreas do conhecimento, vem acompanhando a mudança da sociedade permeada pelo sensível e pelo desejo de visibilidade. Sobre a sensibilidade dos meios audiovisuais Sodré (2002) no diz em seu *Antropológica do espelho*:

Com as tecnologias do som e da imagem (rádio, cinema, televisão), constituiu-se o campo do audiovisual, e o receptor passou a acolher o mundo em seu fluxo, ou seja, fatos e coisas representados a partir da simulação de um tempo “vivo” ou real, na verdade uma outra modalidade de representação, que supõe um outro espaço-tempo social (imaterialmente ancorado na velocidade do fluxo eletrônico), um novo regime de visibilidade pública. Fala-se aqui, por conseguinte, de *simulação*, quer dizer, da existência de coisa ou fato gerados por técnicas analógicas - ondas hertzianas, transmissão por cabo (SODRÉ, 2002, p.17).

No sistema moderno de comunicação das sociedades ocidentais as informações eram passadas por meio escrito ou oral, ou seja, eram representadas ao receptor numa forma isenta de sua dinâmica ou de seu fluxo original, na qual podemos enquadrar os livros e a imprensa escrita (SODRÉ, 2002).

O rádio, como meio de áudio, se mostra mais sensível que a escrita por simular um tempo real vivido. Porém, apesar de apresentar uma grande qualidade do sensível, o rádio não possui tanta força frente ao poder da tevê em nossa sociedade, que além de abranger o “áudio”, abarca também o “visual”. A televisão é um meio que caracteriza-se por reproduzir a imagem em movimento e, sob este aspecto, distingue-se da fotografia, que é estática e congela o momento, operando um corte no tempo. A televisão, assim como o cinema, cria a ilusão de reproduzir a vida tal qual ela é. Coloca na tela pedaços da realidade, como se nosso olhar estivesse enfocando o real, e não a sua representação. O receptor pode ter a impressão exata de estar participando dos acontecimentos, fortalecendo a sensação de vinculação direta ao que está sendo transmitido. A televisão é o meio que passa a maior impressão de “realidade” e a astrologia, então, surge nesta mídia de maior penetração e sensibilidade.

Por si só a televisão se mostra como um meio sensível, mas além disso, o programa *No Astral* surge com uma proposta em seu contrato ainda mais afetuosa do que nos apresenta a astrologia em outras mídias. Ao utilizar a imagem dos próprios receptores para ponderar sobre seu comportamento e dia-a-dia, deixando o discurso da apresentadora apenas para as pausas e o final dos depoimentos, o contrato de leitura do programa cria uma imagem de proximidade, pertencimento e identificação com o vivido, gerando a ideia de sociabilidade que pode ser assim definida:

Uma rede de relações que se constrói em torno de um sentir comum, de uma experiência compartilhada e, nesse sentido, ela se institui a partir de coisas efêmeras e momentâneas. É o cotidiano, os fatos comuns da vida que constroem essa multiplicidade de ligações que fazem a sociedade. (PAIVA, 1995, p.44)

Esta sociabilidade é criada na experiência compartilhada pelos depoimentos de pessoas comuns e celebridade sobre fatos vividos. Sodré (2006) acrescenta a este respeito:

A idealidade materializa-se no bios virtual, constituindo o próprio solo orgânico do novo tipo de sociabilidade emergente. Protegido pelo mercado, afastado da pura contemplação do objeto como se dava na dimensão representativa tradicional, o imaginário realiza-se tecnologicamente, confundindo-se com as representações humanas da vida real (SODRÉ, 2006, p.120).

O imaginário se realiza nas novas ferramentas comunicacionais da sociedade mediatizada, confundindo-nos com a vida real e com a nossa própria vida. Juliana Paes sente o mesmo que eu sinto em relação a trabalho e relacionamentos, me ensina como devo sentir, ao expor suas ideias, medos, angústias. Já não sei onde começam os sentimentos de Juliana e terminam os meus, pois ela denota algo tão real, assim como os outros artistas no programa, que parece o modo como eu me sinto. Este é o imaginário materializado e a sociabilidade que Sodré (2006) aponta. Além disso, vinhetas, filmes, músicas, elementos no cenários e no figurino dos personagens são utilizados para gerar esta identificação e envolvimento afetivo com o público.

Para Debord (1997) a mídia cria esta falsa consciência de encontro, a “ilusão do encontro”. O que liga os receptores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado (DEBORD, 1997). Utilizando a terminologia do sociólogo francês, Baudrillard (1991), nossa sociedade vive de simulacros. A autora Chauí (2006) discorre sobre o termo e suas interpretações:

Simulacrum é uma palavra latina que vem de similis, que significa o semelhante. De similis vêm as palavras simul, fazer junto, mas também competir, rivalizar e similitudo, semelhante, analogia, comparação. De similis vem o verbo simulare, que significa representar exatamente, copiar, tomar aparência de; este último significado leva o verbo a significar também fingir, simular. Ou seja, simulacrum tanto pode significar uma representação ou cópia exata como um fingimento, uma simulação (CHAUI, 2006, p. 82).

Na sociedade mediatizada a criação de simulacros é prática comum. Os meios simulam uma ideia de encontro, de pertencimento e de igualdade por meio de estratégias sensíveis para capturar os receptores. Criam também a ideia de glória e poder através da visibilidade midiática, mostrando que somente quem aparece nas mídias, é que tem valor.

Pode-se dizer que a racionalidade técnica como ideologia de dominação e a sociedade mediatizada como seu suporte compartilham do mesmo projeto de produção de um sujeito debilitado, resultante de uma violência silenciosa caracterizada pela atrofia da experiência subjetiva (BENJAMIN, 1980) e pelo rebaixamento da alteridade ao estado de coisa (BASTOS; CABRAL; REZENDE, 2010), tornando impossível, ou pelo menos dificultosa, a singularidade do ente humano quando este é forçado a ater-se em padrões em nome da previsibilidade, do controle e da eficiência econômica (BASTOS; CABRAL; REZENDE, 2010). O modo de produção capitalista e a sociedade mediatizada almejam a normalização do mundo a partir da normalização do sujeito.

Sodré (2006) declara que já não se tenta mais eliminar, como no nazismo, o deficiente físico ou a alteridade étnica, mas busca-se alinhar esteticamente as diferenças a partir de paradigmas mercadológicos de aparência, conduta e pensamento. Uma espécie de orquestração, como ele denomina. Porém uma orquestração sutil, através de um meio que possa atingir as massas e não se mostre com violência, mesmo que violento, tente ditar ou nos obrigar a coisas que muitos de nós não percebemos por meio de seus vários produtos.

5.2 Entretenimento por Luhmann

Luhmann (2005), um dos principais autores sobre o tema entretenimento, acredita que este é também um componente da moderna cultura do lazer, para quem é familiar a função de liquidar o tempo supérfluo. Ele assim o define:

Entretenimento significa não procurar nem encontrar nenhum motivo para responder à comunicação com comunicação. Em vez disso, o observador pode concentrar-se na vivência e nos motivos das pessoas apresentadas no texto e *nesse* caso praticar a observação de segunda ordem. E, como se trata “apenas” de entretenimento, a questão da autenticidade não se coloca, como ocorreria no caso de uma obra de arte (LUHMANN, 2005, p.102).

Segundo o autor, uma segunda realidade é criada pelo entretenimento, como em um jogo, respeitando algumas condições determinadas e, baseadas nestas, a forma habitual de levar a vida aparece como sendo a realidade real. Porém, isto não significa que a realidade real exista somente antes e depois do jogo. Pelo contrário, tudo existe ao mesmo tempo. Pois em seu conteúdo, o entretenimento sempre faz referências à realidade real, pois existem em sincronia.

Contudo, nos jogos sociais as regras são claras para ambos os jogadores. No entretenimento, porém, não há nenhuma regra previamente combinada. Em seu mundo faz surgir uma realidade ficcional própria, um mundo, e não apenas uma sequência de comportamentos socialmente regulados, como nos jogos sociais (LUHMANN, 2005).

O entretenimento não é irreal, aponta Luhmann (2005). Ele pressupõe, alude e utiliza objetos do mundo real para facilitar o que o autor chama de passagem da realidade real para a realidade ficcional, fazendo um cruzamento de fronteiras. Nem tudo pode ser ficcional, mesmo quando a história for contada desta maneira. O leitor/espectador necessita ser colocado na situação de constituir uma memória adaptativa à narrativa que está sendo contada, e isso só será feito por meio de objetos e detalhes que façam parte do repertório do

receptor. Em outras palavras, o entretenimento exige do receptor uma capacidade treinada para fazer distinções.

Para Luhmann (2005), o entretenimento pressupõe “sujeitos”, enquanto identidades ficcionais, que produzem a unidade da história contada e ao mesmo tempo permitem um salto para a identidade pessoal do telespectador. Este pode comparar as personagens e as histórias das narrativas consigo mesmo. Se a personagem principal conta a história de um casamento ou divórcio em *No Astral*, acabo remetendo a história dela a minha própria história, ao meu casamento ou divórcio.

Para que seja considerado entretenimento, no entanto, é necessária a continuação, ou seja, que a sequência das informações processadas produzam por si mesmas sua própria plausibilidade:

O processo produz e transporta, nesse sentido, uma incerteza criada por ele mesmo e continuamente renovada, dependente de informações seguintes. Ele vive de surpresas produzidas por ele mesmo, de tensões que ele mesmo constrói, e é precisamente esse fechamento fictício a estrutura que permite distinguir a realidade real da realidade ficcional, assim como ultrapassar os limites de um reino a outro (LUHMANN, 2005, p.98)

Luhmann (2005) pontua que é essencial para o entretenimento fazer referência ao conhecimento já existente nos telespectadores. Nesse caso, ele teria um efeito de reforço em relação a um saber presente, e não a um ensinamento, como está voltado o setor de notícias e de reportagens. Ainda que algumas vezes se aprenda algo com o entretenimento, seu maior objetivo não é ensinar.

O entretenimento busca, por ser oferecido de fora, a ativação daquilo que é vivido, esperado, temido, esquecido por si mesmo. Provoca nos telespectadores reações do tipo “os outros não estão melhores que eu”, “não preciso exigir demais de mim mesmo” ou “graças a Deus que eu não preciso contar com isso no meu dia-a-dia!”. Luhmann (2005) acredita que o entretenimento reimpregna aquilo que as pessoas já são, mas quando ativa trabalhos de memória poderá haver oportunidades de aprendizado. O entretenimento nos possibilita identificar aspectos do nosso comportamento ao deparar-nos com a história das personagens:

O lugar da ação, sua “mobília”, torna-se com isso visível e serve, com suas próprias distinções (apartamentos elegantes, autos “voando”, aparelhos técnicos estranhos etc.), ao mesmo tempo como contexto, no qual ganha seu perfil e onde aquilo que é falado pode ser reduzido ao mínimo. De forma quase despercebida, o telespectador é levado a ver-se a si mesmo como observador de observadores e a descobrir atitudes semelhantes e também outras em si mesmo (LUHMANN, 2005, p.104).

Para ele, o entretenimento ativa aspectos já existentes ou diferentes em nós mesmos e não atua com imposição, como uma vontade superior à nossa. Luhmann (2005) admite que, desde o nascimento, cada um vê a si mesmo como alguém que tem que determinar ou deixar que determinem sua individualidade segundo critérios de um jogo que ninguém sabe as regras. O entretenimento, para ele, serviria como modelo, uma forma de experimentação em si mesmo de realidade virtuais, que poderiam ser interrompidas a qualquer momento de acordo com a nossa vontade.

Embora, vivendo nesse mundo, não se exige que o receptor acredite ou concorde com o que é mostrado. Ele ficaria livre para concordar e recusar:

A ele é oferecida a liberdade cognitiva e motivacional – e isso sem nenhuma perda de realidade! Suprime-se a oposição entre liberdade e imposição. A pessoa pode escolher por si mesma e nem sequer está obrigada a ficar naquilo que ela pensa de si mesma, quando a coisa fica séria (LUHMANN, 2005, p.106).

Os programas de entretenimento funcionam, para o autor, como um convite para a mudança, caso o receptor queira mudar algo em si mesmo. Em *No Astral*, por exemplo, percebemos claramente este convite e não uma enunciação imperativa, que solicita mudanças de atitude e postura, como veremos adiante. Porém, para o autor, efeitos por si só, não seriam previsíveis, nem controláveis pelas escolhas dos programas de comunicação em massa. Luhmann (2005) pontua que os efeitos psicológicos são muito complexos, muito diversificados para serem resumidos na comunicação transmitida em massa. Para ele, os sistemas psíquicos que participam da comunicação por meio das mídias para se entreterem são, por intermédio deles, convidados a extrair as consequências com base em si mesmos, ou seja, não estão acima da vontade da própria pessoa, não são deterministas, como no passado acreditavam os teóricos de Frankfurt. Porém, ele esclarece que a distinção imitação/autenticidade não explica suficientemente como, dentro desta bifurcação, o indivíduo identifica-se como indivíduo. Explica:

Isso parece suceder dentro do modo de auto-observação, ou, de forma mais precisa, mediante a observação da própria observação. Quando se dá a opção imitação/autenticidade, pode-se optar por ambos os lados ou, ora por um, ora por outro, à medida que a pessoa observe-se a si mesma e procure aí encontrar sua identidade (LUHMANN, 2005, p.108).

Assim, o autor reafirma que no entretenimento há indícios para se trabalhar a própria identidade, porém o indivíduo permanece o autor provedor da mesma, a vontade, o querer

aplicar em si mesmo ou não o que vê e ouve depende apenas dele, já que a realidade real e a realidade ficcional também permanecem distintas. O indivíduo não precisa fixar sua identidade, nem comunicá-la. No entanto, quando isto não é solicitado em suas interações, ou quando fracassa (por ser quem é), pode recorrer substitutivamente aos materiais de entretenimento nos meios, como *No Astral*, por exemplo, que oferece modelos de identidade a todo o momento.

6 SOBRE A GNT E NO ASTRAL

Ao longo dos anos, algumas transformações ocorreram no canal GNT. Desde sua criação ocorreram vários reposicionamentos para se adaptar ao gosto e interesse do público, em uma destas repaginadas, inclusive, ocorreu a criação de *No Astral*. Aqui, conheceremos um pouco mais sobre a emissora e o novo programa.

6.1 GNT

Como foi abordado anteriormente, a GNT é um canal de tevê a cabo voltado para o público feminino desde 2003, com programas sobre moda, relacionamentos, sexo, comportamento, culinária, viagens, maternidade, além de filmes, séries e documentários. A emissora é considerada uma das sete marcas mais fortes de mídia dirigida a públicos segmentados do país. Atualmente, a média de visitantes mensal em seu site é de 3 milhões além de quase 2 milhões de seguidores no Facebook (ABOUT, 2012).

Seguindo o formato de revista feminina audiovisual, a emissora exhibe programas com duração de aproximadamente 15 a 30 minutos. Os programas possuem um tom leve, descontraído e com baixa duração, realizando o papel de editoriais. Como toda revista feminina sempre possui celebridades na capa e no conteúdo, a emissora se apoia na apresentação destas em praticamente todos os seus produtos.

A “leitura” de revistas femininas nas quais a GNT se espelha como, por exemplo, *Cláudia*, *Lola* e *Elle* é rápida e não deve tornar-se cansativa. As revistas precisam apresentar um universo familiar à leitora, ao discorrer sobre assuntos próximos deste público. Estes meios procuram informar e entreter ao mesmo tempo e a GNT utiliza a mesma fórmula para atrair seus telespectadores. Os programas da emissora, em sua maioria, identificam a mídia como a própria realidade, apagando simultaneamente a ideia de mediação. Este gênero televisivo é denominado por Jost (2007) de telerrealidade.

A emissora por assinatura de destaque do grupo Globosat, parte do princípio de que as mulheres, assim como a sociedade, estão em constante transformação. Desta forma, reposiciona sua marca constantemente há oito anos. O último reposicionamento foi exatamente no ano de criação de *No Astral*, em 2011, com a inclusão definitiva do sistema *High Definition* (HD). A reconfiguração resultou em mudanças videográficas e nova

programação, com a estreia de 20 programas na grade, além de reformulações em outros já existentes (TELEVISUAL, 2011).

O canal revela uma nova identidade com intuito de atualizar-se para o público-alvo – a mulher multifuncional e contemporânea, como define a própria emissora. Estas mudanças culminaram em uma programação mais descontraída, íntima, leve e cada vez mais em busca do “real” (TELEVISUAL, 2011).

Segundo entrevista concedida pelo grupo de criação de arte da emissora ao blog Televisual (2011), a última reconfiguração se deu após uma extensa pesquisa qualitativa realizada com mulheres de 25 a 49 anos de classes A e B. As mesmas, apesar de gostarem bastante da identidade antiga da GNT, não se viam refletidas por aquelas mulheres perfeitas e idealizadas que faziam parte da programação anterior.

A partir de então, a emissora incluiu um pouco mais de intimidade, “realidade palpável”, ou, em outras palavras, estratégias sensíveis nos programas, na publicidade e nas vinhetas, evidenciando que celebridades incríveis e mulheres anônimas também são “gente como a gente”. Desse modo, a GNT objetivou que esta mulher – que não se reconhecia anteriormente naqueles modelos distantes – pudesse ser, de alguma forma, “tocada”.

A respeito da identidade e da marca das emissoras, Jost (2007) nos fala:

A lógica de marca, enfim, impulsiona as emissoras a escolherem programas coerentes com sua imagem e, reciprocamente a construírem a imagem da emissora, seja ela privada ou pública, comercial ou não. Essa é, com efeito, a questão central a ser resolvida pelo programador: cada programa constitui a imagem da emissora e a imagem da emissora semantiza cada programa, de tal modo que assistir ao mesmo programa em duas emissoras diferentes não tem o mesmo sentido (JOST, 2007, p.91)

Desta forma, o que deve ser coerente com a marca e identidade da GNT é que a enunciação de *No Astral*, assim como a de outros programas da grade, possua os mesmos princípios, valores e tons adotado pela emissora: o uso de celebridades e pessoas comuns, a realidade possível, a leveza, o bom humor e a descontração.

Mais do que ser coerente com a emissora, Verón (2005) afirma que os dispositivos de enunciação, que ele denomina de contrato de leitura, devem ser coesos com o público, pois eles criam o vínculo entre o suporte e o receptor. Os dispositivos comportam itens importantes como: 1- a imagem que o emissor atribui a si mesmo e, esta contém, portanto, a relação daquele que fala ao que ele diz; 2- a imagem daquele a quem o discurso é endereçado, o receptor. Assim, o produtor não só constrói o seu lugar no que diz, mas também de seu destinatário; 3- a relação entre o enunciador e o emissor, que é proposta pelo discurso.

Frequentemente, a estagnação ou a baixa de conjunto de receptores resulta de uma alteração progressiva e insensível do contrato ou a introdução de modificações redacionais que produzem uma incoerência no mesmo. Desta forma, o vínculo entre as partes poderia ser alterado, de acordo com Verón (2005).

Assim, o contrato de leitura de *No Astral* deve abranger inicialmente para haver coerência, de acordo com o autor: 1- a imagem que a GNT produz de si mesma (revista audiovisual que visa informar e entreter seu público de forma intimista, ancorada na participação de celebridades), assim como, a imagem do programa (linguagem simples, bem humorada e intimista com seu público). Estas seriam promessas básicas feitas pela emissora e por *No Astral*, ou seja, o que eles “falam”. A relação do que eles falam com o que eles dizem será analisado mais à frente; 2- a imagem que a emissora possui do receptor. A GNT identifica o público como mulheres de 25 a 49 anos de classes A e B que desejam ser reconhecidas na emissão, sem a idealização e a perfeição de outrora; 3- a relação e o reconhecimento da emissão com a recepção, (que também será analisado mais a frente). Entretanto, não é objetivo deste estudo se aprofundar nos aspectos da emissão, porém poderemos obter algumas pistas importantes sobre esta relação adiante.

Os itens acima são imprescindíveis para manter a coerência e a relação com os receptores. Possivelmente, mudanças ou incoerências nestes itens do contrato, poderiam alterar a conexão da recepção com o programa, caso os receptores não se sentissem à vontade ou reconhecidos com a ideia criada pela emissão.

Jost (2007) denomina a relação da emissão com sua marca de “combinação tonal” de um produto televisivo, que se dá por meio de textualização na televisão – figurino, representação, gestos, expressão corporal, fala, cenário, ruídos, música. Em uma revista se daria por meio de sua criação gráfica, linguagem, imagens, diagramação, etc. Se os tons anunciados pelo produto – no caso de *No Astral*: linguagem simples, bem humorada e intimista e no caso de *Lola*: profundidade, dinamismo e bom humor – estiverem presentes em todos estes aspectos citados e compatíveis com o tom do canal, diz-se que contraem uma relação de coerência. Porém, diferentemente de Verón (2005), o conceito de Jost (2007) abrange apenas a emissão.

6.2 Temporadas de *No Astral*

O primeiro episódio de *No Astral* foi exibido em 27 de março de 2011 com um programa sobre “signos fixos”, que tratou da qualidade dos doze signos astrológicos que podem ser divididos em cardinais, fixos e mutáveis (MILLER, 2011).

Esta primeira temporada do programa realizada de março a junho foi mais explicativa, com o intuito de introduzir o público no mundo da astrologia. Abordando temas como o retorno de Saturno, os signos complementares, as revoluções de Urano e a importância da Lua no mapa astral, o programa visou tornar o mundo da astrologia mais familiar para o receptor.

A partir de agosto de 2011, *No Astral* passou a ser segmentado, começando uma temporada específica sobre cada signo que se estendeu até outubro. No final desta etapa, em 30 de outubro, foi realizado um programa especial sobre os quatro elementos dos signos do zodíaco – terra, fogo, ar e água.

Em dezembro daquele ano, *No Astral* retornou com a exibição de programas sobre os temas: Brasil (dia 4), Santa Ceia (dia 18) e Viradas (dia 25).

De primeiro de janeiro a 25 de março de 2012, o programa surgiu com o tema amor, exibindo a temporada sobre os signos e seus relacionamentos. No episódio de abertura, a emissora introduziu o questionamento – “Por que o amor?” e buscou respostas nos depoimentos de celebridades e de pessoas comuns sobre a importância do tema para nossa vida e como a astrologia pode ajudar a lidar com esta questão.

A partir de 25 de março, *No Astral* saiu novamente do ar e retornou em julho de 2012 com a temporada sobre o tema trabalho. O primeiro programa da série buscou, como na temporada anterior, explicar a importância e o modo que as pessoas e a astrologia lidam com este tema. Em 8 de julho, tiveram início os episódios sobre a relação de cada signo com o trabalho que se estendeu até 23 de setembro. Desde então, esta foi a última data em que o programa foi ao ar.

A cada temporada, é notório que *No Astral* trouxe novidades em sua enunciação. A fim de se diferenciar das outras séries exibidas, buscou unidade e identidade para cada etapa. Com isso, o desafio foi não fugir do tom da emissora e do objetivo da marca já impressos por *No Astral*. Estas mudanças visaram manter os receptores ainda mais interessados e fiéis, introduzindo um novo tema e um novo formato para manter o interesse do público.

Alguns programas das temporadas sobre os temas amor e trabalho e suas mudanças foram analisados em nosso estudo. Os demais episódios não foram disponibilizados no site da emissora e no Youtube.

Em seu site, a GNT disponibilizou apenas alguns quadros destas temporadas, porém, no site do Youtube, os episódios são postados na íntegra e tem por finalidade a divulgação do programa e da própria emissora para o público não assinante que navega pelo site.

Para Jost (2007), os receptores, atualmente, não esperam que as emissoras programem a exibição ou a reexibição de seus programas favoritos. Eles buscam os episódios na internet para assistir no momento em que desejarem. Ele acredita que isto seria uma tendência da sociedade atual, na qual os receptores possuem maior autonomia.

A emissora parece estar ciente dessa mudança ao postar seus vídeos em seu site e no Youtube, mostrando o desejo de estar disponível a qualquer momento para os telespectadores. Até mesmo os comerciais são postados na íntegra. O ato de postagem demonstra certo cuidado com os interlocutores que acompanham a série e que, eventualmente, podem perder algum episódio, criando uma relação de proximidade e confiança.

7 ANÁLISE DA ENUNCIAÇÃO

Neste estudo foi realizada análise semiótica embasada na metodologia peirceana. Peirce (2000) divide os signos, grosso modo, em ícones, índices e símbolos que podem ser definidos da seguinte forma:

O ícone não tem conexão dinâmica alguma com o objeto que representa; simplesmente acontece que suas qualidades se assemelham às do objeto e excitam sensações análogas na mente para a qual é uma semelhança. O índice está fisicamente conectado com seu objeto: formam ambos, um par orgânico, porém a mente interpretante nada tem a ver com essa conexão, exceto o fato de registrá-la, depois de ser estabelecida. O símbolo está conectado a seu objeto por força da idéia da mente que usa o símbolo, sem a qual essa conexão não existiria. (PEIRCE, 2000, p.73)

Portanto, quando a relação com o objeto representado ostenta semelhança com alguma qualidade, pode ser definido como ícone; quando a relação com o objeto representado consiste numa correspondência de fato ou relação existencial, é apontado como índice; e quando o fundamento da relação com o objeto representado depende de um caráter imputado, convencional ou de lei, é chamado de símbolo (SANTAELLA, 2000).

O programa *No Astral*, por meio de sua enunciação, privilegia como veremos adiante, principalmente a linguagem simbólica, pois trabalha com convenções e leis, objetos que nos remetem a ideias que geralmente são compartilhadas por todos, como é o caso da linguagem e dos símbolos zodiacais.

Nesta seção, analisaremos mais a fundo a enunciação do programa *No Astral*. Convém esclarecer, antes de mais nada, conforme ressalta Machado (2007), que o discurso audiovisual jamais será inteiramente traduzido para o discurso verbal ou escrito, mesmo com a utilização de ilustrações, fotos fixas de filmes ou programas, fragmentos do roteiro ou da trilha musical. Desse modo, esta análise não pretende ser a explicação última e nem poderia esgotar todos os elementos que compõe a enunciação de *No Astral*. Esta se constitui apenas como um mapa, um guia abstrato de seu funcionamento na produção de sentido.

A análise da enunciação realizou-se em um corpus de 13 programas exibidos em 2012 em séries especiais sobre o amor e o trabalho. São eles: Por que o amor? (952 exibições, 5 likes³ e 1 dislikes⁴), Peixes no amor (4.363 visualizações, 26 likes e 1 dislike), Aquário no

³ Termo utilizado para designar que o expectador curtiu o programa

⁴ Termo utilizado para designar que o expectador não curtiu o programa

amor (3.731 visualizações, 19 *likes* e 0 *dislikes*), Libra no amor (5.172 visualizações, 16 *likes* e 1 *dislike*), Escorpião no amor (5.585 visualizações, 23 *likes* e 0 *dislikes*), Gêmeos no amor (3.659 visualizações, 13 *likes* e 0 *dislikes*), Câncer no amor (3.656 visualizações com 10 *likes* e 0 *dislikes*), Touro no amor (5.283 visualizações com 22 *likes* e 1 *dislike*), Áries no amor (3.493 visualizações com 4 *likes* e 1 *dislike*), Capricórnio no trabalho (820 visualizações, 3 *likes* e 0 *dislikes*), Leão no trabalho (444 visualizações, 1 *like* e 0 *dislikes*), Virgem no trabalho (521 visualizações, 3 *likes* e 0 *dislikes*) e Sagitário no trabalho (441 visualizações, 1 *like* e 0 *dislikes*)⁵. Os principais quadros de *No Astral* analisados foram divididos nas seguintes categorias: Apresentação, Parceria, Celebidades, Anônimos e Dica da Semana. Na análise foram avaliados todos os quadros observados nos 13 programas exibidos, porém convém ressaltar que alguns não se repetem em todos os episódios. A análise realizada, portanto, ofereceu uma simulação do que seria o “Programa Ideal”, caso todos os quadros fossem apresentados semanalmente.

Como base de comparação, para valer-se do princípio citado por Verón (2005) de que a análise sempre relaciona a enunciação a qualquer outra coisa que não ela própria, utilizamos a revista *Lola* da Editora Abril, que visa alcançar basicamente o mesmo público do programa. A revista possui horóscopo elaborado pela astróloga americana Susan Miller em todas as edições e trabalha com assuntos referentes à moda, culinária, beleza, comportamento, viagem, trabalho e saúde. *Lola* ainda promete profundidade, bom humor e dinamismo como tons principais e, de acordo com pesquisas realizadas pelo Instituto Marplan, é lida principalmente por mulheres de 15 a 50 anos de classes A, B e C, residentes principalmente do Sul e Sudeste do país (ABRIL, 2010).

As edições de *Lola* analisadas foram referentes a: maio, agosto, setembro e novembro de 2011. Nesta análise foram considerados como referência apenas o horóscopo e alguns trechos da revista, não realizando um estudo mais aprofundado da enunciação e do contexto social por conta dos objetivos da pesquisa.

7.1 Quadro Apresentação

O quadro de apresentação de *No Astral* é exibido no início de cada programa.

Primeiramente, é apresentada a vinheta padrão de todos os programas em sua abertura, que nos remete aos símbolos dos signos do zodíaco, como podemos observar na Figura 1.

⁵ Números extraídos do Youtube em novembro de 2012.

Segundo Susan Miller (2011), estes símbolos são originários da mitologia grega e são representados praticamente da mesma forma em todos os horóscopos mediatizados. Porém, em *No Astral*, eles ganham um tom mais irônico e descontraído. Todos eles funcionam como animação, pois se movimentam de acordo com a música de fundo, um som *lounge* tranquilo com estilo oriental, dando o “tom místico” à matéria. A logomarca do programa é cor-de-rosa e esférica, aparecendo ao final da vinheta e nos remete aos astros do sistema solar. A logo do programa se mantém presente no canto superior direito da tela, durante toda a exibição da série amor, funcionando como marca d’água junto com a logomarca da GNT. Na série trabalho, há uma sutil diferença na marca d’água que veremos adiante.

Figura 1 – Animação quadro apresentação



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Após a exibição da vinheta, a apresentadora Cláudia Lisboa aparece em um cenário com vários objetos giratórios projetados por computador que representam os astros, os planetas. A legenda cor-de-rosa com seu nome é ilustrada com a Lua, que também remete ao tema da astrologia na série *No Astral* no amor, como podemos ver na Figura 2. Por sua vez, na série *No Astral* no trabalho a legenda é mais sóbria, para se diferenciar ao mudar de temporada. Nas Figuras 3 e 4, percebemos que a legenda é roxa com formato retangular e mais explicativa. A profissão de Cláudia (astróloga) é explicitada abaixo de seu nome e outras

legendas são utilizadas para explicar, por exemplo, qual o signo tema do dia e suas principais características. Adiante veremos que estas legendas ilustrarão o discurso da apresentadora e das personagens com várias elucidações sobre o signo tema durante todo o programa da série trabalho.

Figura 2 – Cláudia Lisboa quadro apresentação série amor



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Figura 3 – Cláudia Lisboa quadro apresentação série trabalho



Fonte: NO ASTRAL, 2012

Figura 4 - Cláudia Lisboa quadro apresentação série trabalho



Fonte: NO ASTRAL, 2012

Outra diferença entre as séries no quadro apresentação é a legenda com o signo do dia na série trabalho durante todo o programa, diferentemente da série amor, onde esta não aparece e a enunciação se apoia mais nas falas da apresentadora e nas imagens, com poucas legendas e maior espaço para interpretações dos receptores.

O figurino e a aparência da astróloga são mais românticos e reservados na série amor e um pouco mais moderno e despojado na série trabalho. Cláudia aparece sempre de pé no

quadro das duas séries, criando um ar mais formal e uma certa distância para a apresentação das atrações do programa, porém, sua postura é mais doce e amena na série amor e muito mais incisiva e séria na série trabalho.

A série amor difere, porém, da série trabalho em relação à iluminação e foco. Esta última apresenta uma iluminação mais baixa, um pouco mais escura e um foco mais aproximado da câmera, dando um tom mais sério ao programa.

Na abertura, Cláudia sempre expõe o signo tema do programa do dia e apresenta as personagens do quadro parceria, fazendo uma introdução sobre o assunto, como no programa de Libra e o amor:

Para os librianos o amor é principalmente troca. Eles nasceram para serem plural, reverenciam o amor e a beleza acima de tudo e sabem que as diferenças enriquecem o mundo. Esses grandes idealistas sonham com o mundo e com relações justas, harmoniosas e verdadeiras. Os librianos são inteligentes sensíveis e grandes parceiros que buscam no amor não só o equilíbrio e a parceria, mas o verdadeiro encanto da vida (LISBOA, 2012).

Além da introdução, Cláudia utiliza filmes gravados pela própria emissora ou títulos consagrados para ilustrar seu discurso, que exibem cenas de pessoas trabalhando na série trabalho e cenas românticas na série amor. Na apresentação, também é mostrada a imagem e os discursos das personagens que farão parte do programa: pessoas comuns e famosas falando sobre sua vida. Aqui, estas cenas aparecem como manchetes de um jornal, ao exibir os principais trechos do discurso das personagens que serão mostradas no quadro parceria e no quadro celebridades, durante o programa.

A série trabalho, porém apresenta uma pequena variação antes da introdução sobre o signo do dia. Cláudia entra com uma locução explicativa sobre o programa na apresentação de todos os episódios da série: “o programa *No Astral* analisa a relação de cada signo do zodíaco com o trabalho e explica como é possível usar a astrologia no nosso desenvolvimento profissional” (LISBOA, 2012).

Percebemos aqui, uma preocupação maior em explicar o objetivo e o tema do programa para os receptores nesta série. Adiante perceberemos que essa é uma tendência do programa nos episódios sobre o trabalho, que mudou sua forma anterior de enunciação. O programa tornou-se mais explicativo e até mesmo impositivo, utilizando várias legendas para atribuir um sentido ao receptor.

Em comparação, o quadro de apresentação do horóscopo de *Lola* dá-se no índice da revista onde é chamado de “GPS Astral, feito pela Guru Hype⁶ Susan Miller”. Sabemos que o aparelho GPS nos guia a caminhos desconhecidos. Desse modo, a revista nos dá a pista de que tentará nos direcionar por meio do horóscopo. Podemos observar também que a apresentação de *Lola* se apoia na imagem de Susan Miller como a “astróloga do momento”, que virou celebridade. Notamos que *Lola* se preocupa mais em mostrar quem realiza o horóscopo, do que o próprio horóscopo propriamente dito. A revista aplica uma linguagem moderna e “descolada”, utilizando palavras e ferramentas atuais a fim de “estar na moda” até mesmo em seu horóscopo.

Tanto a apresentação de *No Astral* quanto *Lola* utilizam bom humor, leveza e celebridades. Porém, enquanto *No Astral* não demonstra que deseja ser um guia ou modelo, *Lola* posiciona seu horóscopo explicitamente como uma bússola para o receptor.

7.2 Quadro Parceria

O quadro parceria é exibido em praticamente todas as edições do programa *No Astral*, porém com algumas variações e diferenças entre a série amor e trabalho.

A parceria envolve relacionamentos entre namorados heterossexuais e homossexuais (até ex-namorados e ex-maridos), mãe e filho, irmãos, colegas de trabalho, nora e sogra, dentre outros.

Na série amor este quadro comumente é apresentado com Cláudia Lisboa em cena, fazendo o papel de entrevistadora e comentarista astrológica. As personagens da parceria são sempre pessoas comuns, entrevistadas em suas casas ou locais bem íntimos, dando um tom bastante pessoal e intimista à série. A única diferença percebida neste quadro, que geralmente traz pessoas comuns em ambos os pontos da parceria, é no programa da série amor do signo de Touro. Este programa apresenta como ponto da parceria uma celebridade e como personagem principal uma pessoa comum: o ator Danton Mello e sua ex-mulher Laura Malin, como podemos observar nas Figuras 5 e 6.

O figurino do quadro geralmente é reservado (com blusas de manga e pouca maquiagem) e sofisticado. A câmera é posicionada de frente ou de perfil para quem fala. Cláudia sempre pauta o quadro falando sobre o signo e conduzindo a entrevista de maneira

⁶ Hype é a promoção extrema de uma pessoa, ideia, produto. É o assunto que está "dando o que falar" ou algo que todos falam e comentam. Geralmente é algo passageiro, como o assunto da moda. A palavra deriva de hipérbole, figura de linguagem que representa o exagero de algo ou uma estratégia para enfatizar alguma coisa (WIKIPEDIA, 2012).

que a personagem discorra sobre os pontos que a astróloga coloca. Uma música lenta e tranquila pode ser ouvida ao fundo de alguns programas.

Figura 5 - Laura Malin entrevista no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012

Figura 6 - Danton Mello entrevista no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012

Nesta série, as legendas apontam o nome, o signo e uma característica da própria personagem, apontada em seu discurso, sem necessariamente estar ligada ao signo, como “Mulher com M maiúsculo” da Figura 4. O parceiro é apresentado com nome, ligação à parceria (irmão, sogra, marido, ex) e signo. As legendas aqui são mais simples, sem exclamações ou ênfase e com características da própria personagem, reforçando o tom mais pessoal desta série.

Apenas a personagem do signo tema do programa do dia é entrevistada por Cláudia, que conduz e pauta a entrevista a maior parte do tempo, fazendo comentários pontuais. A outra parte da parceria fala diretamente para a câmera sobre os mesmos assuntos e acontecimentos abordados por Cláudia na entrevista com a primeira parte e seu discurso é bem destacado, inclusive com trechos principais da fala no quadro apresentação. O cenário de ambas as personagens também é bastante íntimo, como a sala de estar de uma residência, assim como o figurino, como podemos observar nas Figuras 7 e 8 no programa de Libra no amor. O discurso da personagem principal é sempre muito pessoal e se resume em características sobre si e à personagem da parceria:

A gente se conheceu numa festa e ele mexeu com meu sorriso, enfim, eu acho que eu sorrio bastante. Ele não fez muito esforço na verdade não. Eu achei ele uma gracinha, então eu fiquei toda derretida assim logo de cara. Eu fui pega de surpresa, como eu gosto de surpresa ele foi uma boa surpresa (ESTEVEES, 2012).

Figura 7 – Luciana Esteves entrevista no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Figura 8 – Bruno Flora entrevista no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Por sua vez, o discurso da outra personagem da parceria tem um foco maior na personagem do signo tema:

Eu acho que uma das coisas que eu acho que é difícil às vezes, que eu tenho que administrar são os impulsos dela. Ela tem uma ideia, eu topo a ideia, logo em seguida ela tem outra ideia, eu falo: mas você acabou de falar aquela outra ideia. Você quer mais? Ela quer os dois (FLORA, 2012).

Para ilustrar seus discursos, algumas cenas entre as personagens são pré-gravadas e aparecem durante o programa, como vemos nas Figuras 9 e 10:

Figura 9 – Cena interna entre Bruno Flora e Luciana Esteves programa Libra no amor



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Figura 10 - Cena externa entre Bruno Flora e Luciana Esteves programa Libra no amor



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Cláudia nas entrevistas da série amor segue um roteiro. Primeiro ela explicita para o entrevistado as principais características do signo e avisa, então, que estas serão tema da conversa. Após isto, pergunta à pessoa como ela se sente quando está solteira e posteriormente o que ela faz para conquistar e manter uma relação estável. Depois deste roteiro, a conversa segue tons mais subjetivos e Cláudia se mantém aberta para ouvir as peculiaridades de seus entrevistados, fazendo colocações pontuais.

O cenário, o figurino e até mesmo o discurso das personagens demonstra certa posição privilegiada socialmente:

Eu não morava no Brasil, tava morando na Suíça e ia pra Singapura. E já tava com a data da passagem marcada pra quarta-feira, só que eu consegui de certa forma postergar um pouco mais e emendar a semana. Esse foi o primeiro movimento, vamos dizer assim, que eu tentei fazer de tudo pra ficar mais tempo juntos (FLORA, Bruno, 2012).

Observa-se outra diferença na enunciação entre *Lola* e *No Astral*. No horóscopo da revista, a astróloga Susan Miller é quem destaca a posição social de seu receptor, demonstrando que seu endereçamento é voltado para mulheres bem sucedidas “Aproveite para jogar tênis, correr na praia e ler um bom livro”, “Algum projeto profissional feito por você vai impressionar pessoas influentes e você será recompensada com elogios e dinheiro”, “O momento para viagens ao exterior será espetacular entre os dias 30 de julho e 10 de agosto” (REVISTA LOLA, 2011). Os modos de endereçamento, segundo Ellsworth (2001) dizem respeito a quem o emissor pensa que o receptor é. *Lola* claramente imagina que seja

comum para suas receptoras viajar para o exterior, jogar tênis e impressionar pessoas influentes. É para esta mulher que Susan Miller fala em seu horóscopo.

No Astral, por outro lado, não endereça claramente uma mensagem para seu público, porém *mostra* personagens como Bruno Flora, que visam estabelecer um vínculo com o emissor e gerar reconhecimento. Assim, o programa acredita também que seu público receptor seja bem sucedido, viaje ao exterior e possua boa aparência (como vemos nas imagens), porém *No Astral* não explicita isso em seu discurso mediado como o faz *Lola*, deixando para as personagens dos quadros o papel de representar o receptor imaginado pela emissão do programa.

Figura 11 – Aline Tassar entrevista no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Figura 12 – Audrei Shmitz no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Figura 13 – Cena Aline Tassar no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Figura 14 – Entrevista Simone Resende no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Figura 15 – Meritxell Almazara no quadro parceria



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Por sua vez, na série trabalho percebemos algumas mudanças. As pessoas do quadro parceria já não são mais entrevistadas em um local íntimo por Cláudia. Elas aparecem falando diretamente para a câmera em um ambiente mais formal, que remete ao trabalho como podemos perceber nas Figuras 11 e 14.

As legendas aparecem a todo o momento durante o programa, com o objetivo de informar e resumir as características de cada signo e atribuí-las às pessoas que estão falando. A logomarca do programa que aparecia no canto superior direito da tela durante toda a exibição do episódio, funcionando como marca d'água, dá lugar a uma marca sóbria, com fundo cinza claro e letra branca, demonstrando a maior seriedade do programa como podemos perceber nas Figuras 14 e 15.

Na série trabalho, Cláudia não está junto do entrevistado para fazer suas ponderações, ela surge no cenário de apresentação entre os depoimentos para fazer suas análises das características de cada signo em sua profissão, tornando a série um pouco mais impessoal. Neste ponto ela aparece sentada em uma cadeira do cenário. Enquanto fala, as legendas com informações sobre o signo continuam a aparecer para ilustrar seu discurso, como podemos perceber na Figura 16. O programa fica mais editado, com cortes na fala das personagens para os comentários de Cláudia no cenário, lembrando uma matéria jornalística, onde a astróloga faz uma introdução sobre o signo e a personagem ratifica suas falas com os depoimentos.

Cláudia Lisboa aqui porta-se mais como comentarista ou consultora do que como a conselheira íntima que visitava e entrevistava as personagens de outrora (série amor). Percebemos na enunciação da série trabalho uma maior racionalidade, com bastante informação, explanação e direcionamento dos sentidos. Compreendemos também, que estas

seriam também grandes características do mundo do trabalho atual, principalmente no que diz respeito ao mundo empresarial, pois o programa passa a estabelecer um contrato de leitura diferenciado com seu receptor, privilegiando mais o enunciado do que a enunciação, almejando uma maior transparência nesta série, que é tão cobiçada pelo mundo corporativo.

Figura 16 – Cláudia Lisboa no estúdio de apresentação



Fonte: NO ASTRAL, 2012

As personagens principais falam sozinhas e sobre si mesmas por mais tempo. Nota-se menos apoio e pouco destaque dos parceiros de profissão, que falam menos tempo, em média 20 segundos durante todo o programa. Nas cenas ilustrativas as personagens principais também aparecem mais vezes sozinhas em seu local de trabalho. A descrição sobre um modo determinado de vida é evidente, a despeito de qualquer previsão, como concluíram outrora Adorno (2008) e Bardin (1996).

Já em *Lola*, percebemos que o horóscopo é preditivo e sem espaço para interação dos receptores, onde terão que assistir o que a astróloga promete acontecer e tomar ou não a posição que ela os ordena. Susan Miller (diferentemente de Cláudia Lisboa que ouve a história de seus entrevistados) se posiciona como a guru, que tudo sabe e tudo vê na vida de seu receptor:

Você começou a ver bons avanços em sua carreira depois que Mercúrio, planeta da comunicação e do comércio, voltou a sua órbita regular. Seus planos profissionais estão mais claros agora. Por isso, agilize seu cronograma de encontros antes que Marte, planeta da orientação, deixe sua casa da fama e da honra, no dia 18 de setembro. Você estará muito produtiva, com chances de desenvolvimentos inesperados. Questões domésticas também podem ser resolvidas neste mês. A partir do meio de setembro, você pode vender, comprar ou alugar uma casa, decorar o apartamento, fazer consertos ou arranjar uma companheira de quarto.

Qualquer coisa que diz respeito ao lar será bem-vinda. Por volta da Lua Cheia do dia 12, você estará finalizando um projeto e estará com muita energia e com uma equipe comprometida. Se o prazo está apertado, contrate mais pessoas para ajudar na tarefa. Nos relacionamentos, não diga nada ao seu parceiro por causa de um momento de raiva. Você poderá se arrepender depois. Suas palavras têm força e um poder incomum e afetam diretamente os outros. Palavras pesadas podem causar cicatrizes que nunca se curam. Antes de tudo, proteja sua saúde. Você pode passar por momentos de estresse e pressão. Serão necessárias pausas, momentos extras de descanso e uma alimentação bem nutrida. Melhores dias para o romance: 3,4,9,13,14,18,19 e 23 (MILLER, 2011, p. 150).

Neste trecho do horóscopo de Libra, fica evidente como a astróloga direciona seu discurso à leitora da revista (uma mulher bem sucedida e dinâmica). Como prometido pelo meio, há uma profundidade no texto, que tenta criar uma relação íntima com a leitora, por meio da descrição de detalhes de seu cotidiano. Porém, é Miller quem diz o que sua receptora gosta ou não gosta, seus pontos fracos ou fortes. A astróloga também direciona seu receptor a todo momento, fazendo previsões mensais para família, saúde, trabalho e amor. Miller (2011) se mostra bem incisiva como se tivesse muita certeza do passado (“você começou a ver bons avanços em sua carreira...”) e do futuro (“serão necessárias pausas, momentos extras de descanso...”).

Por sua vez, Cláudia Lisboa tenta passar um ar mais amigável, dando espaço para o outro se posicionar, dizer o que gosta e o que sente, sem se mostrar como “aquela que tudo sabe e vê”, apesar de falar sobre as características dos signos e tentar direcionar os sentidos para que digam o que ela deseja, a astróloga não realiza as tão faladas previsões fatalistas, fontes de críticas e desconfiâncias por parte de muitos. Na abertura da série trabalho, por exemplo, a astróloga lança “hoje você vai conhecer mais sobre os virginianos e o que podemos aprender com este signo tão observador e prático”. Logo em seguida, os discursos das personagens entram em cena, como se fôssemos aprender com o que elas dizem e são, e não com o que a emissora ou a astróloga diz. Porém, depois destas cenas, surgem as legendas, os cortes e os comentários de Lisboa, deixando claro que a emissora diz mais que as personagens.

Outra diferença clara percebida entre *Lola* e *No Astral* é a constância do tempo presente no discurso das personagens e da astróloga, apresentando muitas expressões como “eu sou, eu gosto, eu penso, eu odeio, librianos são, aquarianos amam, etc.”. Não há uma maior preocupação com a história das personagens ou seu futuro. O caráter preditivo da astrologia antiga ou textual das revistas aqui é praticamente extinto, privilegiando apenas o aqui e agora, como podemos observar no discurso da gerente de marketing, Aline Tassar, na série de Virgem no trabalho:

O meu dia-a-dia precisa ter uma certa ordem, sabe? Eu detesto acordar e ao invés de acordar, tomar café e vir pro trabalho, ter que ir antes no médico. Isso me causa uma certa irritação. Eu gosto de acordar, tomar café e vir pro trabalho, como eu faço todos os dias. Eu gosto de ter as coisas controladas, sobre o meu poder, quando elas estão sob o meu poder eu sei onde eu tô pisando (TASSAR, 2012).

Este fenômeno nos pareceu curioso, pois mesmo nos horóscopos descritivos, são raros os que se mantêm sempre no presente, sem realizar nenhuma previsão.

Procuramos buscar respostas ampliando nosso olhar para o mundo que nos cerca. Segundo Verón (2005), os macrofuncionamentos discursivos de uma sociedade sobredeterminam os microfuncionamentos linguísticos. O autor afirma que no âmbito dos macrofuncionamentos pode-se perceber a influência das condições produtivas sobre os discursos e o enraizamento destes na sociedade.

Desta forma, para compreender melhor as condições de produção do discurso presenteísta de *No Astral* precisamos conhecer um pouco o macrofuncionamento atual da sociedade, já que esta tendência pode advir e estar inscrita na mesma.

Debord (1997) afirma que vivemos no que ele denomina de sociedade do espetáculo, onde as relações sociais são mediadas por imagens em excesso. Nesta sociedade já não há mais história, porque os meios tentam apagá-la diariamente com o ataque de informações “novas”, dentre outros mecanismos. A crítica é inexpressiva, visto que somente por meio da história podemos comparar os momentos vividos e refletir sobre as características dos mesmos. Se já não há mais história, se não falamos ou lemos sobre ela, não temos parâmetros para concluir se nosso tempo é bom ou ruim. Para ele, a verdade é ocultada de nós, poucos sabem sobre ela e os que sabem não a reconhecem:

O primeiro intuito da dominação espetacular era fazer sumir o conhecimento histórico geral; e, em primeiro lugar, quase todas as informações e todos os comentários razoáveis sobre o passado recente. Uma evidência tão flagrante não precisa ser explicada. O espetáculo organiza com habilidade a ignorância do que acontece e, logo a seguir, o esquecido que, apesar de tudo, conseguiu ser conhecido. O mais importante é o mais oculto. Há vinte anos nada é tão dissimulado com mentiras dirigidas quanto a história de maio de 1968. No entanto, lições úteis foram tiradas de alguns estudos desmistificados à respeito dessas jornadas e suas origens; mas é segredo de Estado (DEBORD, 1997, p.177)

Em nosso mundo, vivemos um momento onde a história já não é mais tão valorizada e o momento presente passou a ser bastante cultuado. A publicidade nos remete ao prazer momentâneo e passageiro. Para que os ciclos dos produtos sejam menores e o consumo

maximizado, os jornais nos bombardeiam com notícias a todo o momento e o passado foi praticamente esquecido. Aquilo de que o espetáculo deixa de falar, é como se já nem existisse. Ele passa a falar de outra coisa e é isso, que a partir daí, começa a existir. O “ontem” e o “velho” já não importam, devem ser substituídos e descartados constantemente, seja ele um produto, uma pessoa ou um acontecimento. As consequências práticas deste processo são enormes na visão de Debord (1997), pois a falta de história pode diminuir bastante o senso crítico dos indivíduos pela falta de um referencial para comparação.

Jameson (2006) vai mais além e pontua que a função essencial da mídia seria nos fazer esquecer os acontecimentos importantes para apagar a história:

É tentador dizer que a função primordial da mídia jornalística é a de reger tais experiências históricas recentes ao passado o mais rápido possível. A função informativa da mídia seria, portanto, a de nos ajudar a esquecer, a de servir como agentes e mecanismos de nossa amnésia histórica (JAMESON, 2006, p.44)

Além disso, Sodré acredita que a mídia tenta apagar fatos importantes de sua agenda, desde que não sejam de seu interesse mostrá-los ao público:

Pode-se também deixar na obscuridade fatos históricos importantes e assim apagá-los da consciência pública. Por exemplo, durante a Guerra do Golfo a mídia internacional conseguiu convencer o público que praticamente não houve mortes (não eram mostradas, propagandeavam-se os bombardeios “cirúrgicos”), quando se tem conhecimento de que 130 a 150 mil cadáveres foram o resultado de quarenta dias e noites de bombas sobre Bagdá. Já em 2001, a mídia eletrônica dos Estados Unidos e da América Latina, diferentemente da europeia, não “iluminava” os corpos mutilados de crianças e velhos durante os bombardeios de Kabul, capital do Afeganistão (SODRÉ, 2002, p.58)

Outra forma de fazer-nos esquecer o passado, para Bauman (1988), seria por meio de uma fixação contínua no momento presente, o que, para ele, é como abolir a noção de tempo em qualquer outra forma:

Proibir o passado de se relacionar com o presente. Em suma, cortar o presente nas duas extremidades, separar o presente da história. Abolir o tempo em qualquer outra forma que não a de um ajuntamento solto, ou uma sequencia arbitrária de momentos presentes: aplanar o fluxo do tempo num presente contínuo (BAUMAN, 1998, p.113)

Em *No Astral*, é perceptível essa ideia de Bauman de um ajuntamento solto, uma sequencia arbitrária de momentos presentes, já que as personagens surgem simplesmente

falando sobre como são e o que gostam, principalmente na série trabalho. Vive-se num presente contínuo, como se não houvesse amanhã.

É importante destacar que as mídias são, acima de tudo, dispositivos de registro e notação e, portanto, suporte da memória cultural que conhecemos precisamente graças aos meios de comunicação. As próprias mídias são, portanto, responsáveis por nossa percepção do tempo e da história. Porém, se as mesmas apagam a história e a sua própria, nossa visão também se torna prejudicada, visto que é em grande parte por meio das mídias que adquirimos estes conhecimentos (FELINTO, 2011).

Pinto (2010) retrata essa presentificação em uma pesquisa realizada por ele na internet em vários idiomas:

Voltando ao ponto: empiricamente, tentei verificar na linguagem usada nas redes sociais, em emails, blogs e outras manifestações internéticas a frequência de tempos verbais em português, inglês, francês e espanhol. Foram centenas de visitas feitas por estagiários e uma simples estatística saltou aos olhos: 94% dos verbos utilizados estavam ou no presente simples, ou usavam o famigerado gerúndio no caso brasileiro. Os demais se distribuíam em um futuro imediato ou passado recente, ou, em outras palavras continuavam gravitando em torno do presente. (PINTO, 2010, p.8)

De acordo com o autor, isto se dá porque o presente é o único tempo em que podemos sentir, já que o passado é o vivido e o futuro possivelmente virá. Como na sociedade do sensível, somos compelidos a sentir a todo o momento, acabamos presentificando nossas experiências, já que o único momento em que podemos senti-las, vivê-las é o aqui e agora.

No apagamento da história e na presentificação do tempo, percebemos que a mídia tem uma função ímpar e decisiva. Um dos temas mais pregnantes da cibercultura e das mídias é a ideia do tempo real. Isso possivelmente aponta para um desejo de presenteísmo total que está no coração do imaginário das novas tecnologias. Este tempo real significa aquilo que acontece sem diferença temporal, sem intervalo. Tal expressão implica em um ponto temporal absoluto, desprovido de dimensão e história (FELINTO, 2011). Para Felinto, a própria história da palavra cibercultura é a história de seu apagamento da história. A ideia de um progresso contínuo, sem descontinuidades e absolutamente linear atingiu patamar sem precedentes na atual civilização tecnológica, segundo ele:

Curiosamente, nestes tempos pós-modernos em que aparentemente já não é possível crer em metanarrativas como as da ciência ou da filosofia, o único lugar em que o progresso continua tendo alguma valência é no domínio da tecnociência. De fato, como sugere Jean-Jacques Salomon (1999:9), a exigência de progresso e mutação tecnológica adquiriu nas sociedades pós-industriais a forma da convicção

religiosa. A insistência do imaginário cibercultural com os temas da infância e da origem nada tem de histórico; pelo contrário, esses temas apontam para um estado do ser ideal, sem tempo ou espaço. Num movimento que encurta progressivamente o tempo, a dinâmica tecnológica cumpre uma função fetichista: é como se os objetos técnicos tivesse magicamente surgido do nada, sem precursores, sem antecedentes, sem história (FELINTO, 2011, p.49).

Esta crescente mediatização da sociedade, que Debord (1997) acredita estar em um estágio avançado, substitui os livros pela informática, privilegia o tempo real, o presente em detrimento da crítica e da história:

Não é de estranhar que, desde pequenos, os alunos comecem, com grande entusiasmo, pelo Saber Absoluto da informática: enquanto isso ignoram cada vez mais a leitura, que exige um verdadeiro juízo a cada linha e é capaz de dar acesso à vasta experiência humana antiespetacular. A conversação já está quase extinta, e em breve estarão mortos muitos dos que sabiam falar (DEBORD, 1997, p. 189)

Para Debord (1997), a leitura seria a salvação dessa sociedade, pois por meio dela surge a consciência que pode ser transmitida em momentos que não aqueles da relação imediata dos vivos. A leitura seria a única forma de recuperar a ideia de tempo e história, porém o autor acredita que, em breve, os livros e a própria fala humana perderão espaço – como já estão perdendo – para as novas tecnologias de informação.

Em *No Astral* o tempo presente e a vida atual das personagens, sejam pessoas comuns ou celebridades, é o que tem importância. A enunciação não privilegia as histórias de vida e a trajetória pessoal. Este fenômeno pode decorrer do momento em que a sociedade vive, como afirma Bakhtin (2010) sobre as ideologias do cotidiano:

Os sistemas ideológicos constituídos da moral social, da ciência, da arte e da religião cristalizam-se a partir da ideologia do cotidiano, exercem por sua vez sobre esta, em retorno, uma forte influência e dão assim normalmente o tom a essa ideologia. Mas, ao mesmo tempo, esses produtos ideológicos constituídos conservam constantemente um elo orgânico vivo com a ideologia do cotidiano; alimentam-se de sua seiva, pois, fora dela morrem, assim como morrem, por exemplo, a obra literária acabada ou a ideia cognitiva se não submetidas a uma avaliação crítica viva. Ora, essa avaliação crítica, que é a única razão de ser de toda produção ideológica, opera-se na língua da ideologia do cotidiano. Esta coloca a obra em uma situação social determinada (BAKHTIN, 2010, p.12).

A mídia, segundo Bakhtin, seria um sistema ideológico constituído e se cristalizaria a partir das ideologias do cotidiano, neste caso, o momento presente, o presenteísmo que vivemos em nossa sociedade. Para o autor, a mídia se alimentaria dessa ideologia para sobreviver, pois “é apenas na medida em que a obra é capaz de estabelecer um tal vínculo orgânico e ininterrupto com a ideologia do cotidiano de uma determinada época, que ela é

capaz de viver nesta época” (BAKHTIN, 2010, p.124). Desta forma, *No Astral* se adéqua à sociedade para poder também viver nela.

Outro traço a ser discorrido sobre *No Astral* é esta tendência a narrar a própria vida, os próprios defeitos e qualidades.

Segundo Arfuch (2002), a narração da própria vida como expressão da interioridade e afirmação de si mesmo é um fato que ocorre há um pouco mais de dois séculos e não pode ser dissociado da consolidação do capitalismo e do mundo burguês. A partir do século XVIII, com o surgimento das autobiografias, brota este espaço de autorreflexão decisivo para a consolidação do individualismo como um dos traços típicos do ocidente, acrescenta:

Esboçava-se, desse modo, a sensibilidade própria do mundo burguês, a vivência de um “eu” submetido à cisão dualista (público/privado, sentimento/razão, corpo/espírito, homem/mulher), que precisava definir os novos tons da afetividade, o decoro, os limites do permitido e do proibido e as incumbências dos sexos, que, no século XIX, se consolidariam sob o signo da desigualdade, com a simbolização do feminino como consubstancial ao reino do doméstico (ARFUCH, 2002, p.36).

A partir desta época, os relatos da esfera íntima, depoimentos da vida real, nunca cessaram. Vidas filosóficas, literárias, políticas, intelectuais, artísticas e etc., representavam testemunhos inestimáveis, e ampliavam o interesse pela vida de pessoas comuns. Os diários íntimos confessionais não só registram acontecimentos da fé ou da comunidade, como também falam do mundo afetivo de seus atores.

Hoje, uma infinidade de produtos literários e midiáticos coexistem como formas autoficcionais, com uma obsessão excessiva, de acordo com a autora, na escrita, nas artes plásticas, no teatro, no cinema e no audiovisual pela expressão mais imediata do vivido, do autêntico, do testemunhal.

O avanço incontornável da mediatização ofereceu um cenário privilegiado, para a afirmação dessa tendência, contribuindo para uma complexa trama de intersubjetividades, em que a superposição do privado sobre o público excede todo o limite de visibilidade, conforme a autora.

Arfuch (2002) afirma que estas narrativas autobiográficas estão centradas na vivência e são importantes na medida em que representam um estado de consciência, o retrato da sociedade e dos seres pensantes que vivem nela em dado momento, por isso teriam até mesmo um valor histórico. Os relatos dos casais gays na série *No Astral* amor, por exemplo, podem representar algo sobre a nossa sociedade, um momento em que os gays estariam ganhando mais espaço para se posicionar, mais liberdade e integração. Isto, segundo Arfuch (2002),

seria um importante retrato de nossa época. De um extremo a outro do plano vivencial, estes registros teriam uma relevância insuspeitada para ela na construção do imaginário da modernidade.

Conforme o pensamento de Arfuch (2002), a análise da produção literária do século XVIII percebe como ocorreu a consolidação do “efeito de verdade” tanto com a aparição de um sujeito “real” como garantia do eu que se enuncia quanto com a apropriação da primeira pessoa.

Começam a surgir não mais a fabulação em torno de personagens míticos ou imaginários, mas a representação de si mesmos nos costumes cotidianos e o desenho de uma moralidade menos ligada ao teologal. Pessoas haveriam de ser mais interessantes do que personagens (ARFUCH, 2002).

A publicação de diários e cartas em forma de romances era uma mudança substancial nas relações entre autor, obra e público, que adquiriam um caráter de “relações íntimas” entre pessoas interessadas no conhecimento do “humano” e, conseqüentemente, no autoconhecimento.

Os relatos epistolares, com sua impressão de imediaticidade, de transcrição quase simultânea de sentimentos experimentados com a narração detalhada do cotidiano, propunha ao leitor a olhar pelo buraco da fechadura. Com uma linguagem de fácil entendimento, quase que falada, acrescentava uma maior astúcia ao relato. A literatura representava uma violação do privado, servia de garantia precisamente porque se tornava pública (ARFUCH, 2002).

A visibilidade do privado, que inaugurou o olho voyeurístico e a modelização – o aprender a viver por meio de relatos mais que pela própria experiência – aparece prioritariamente na cena contemporânea sem fechaduras para espiar, já que as telas enormes as estampam em nossa face. Arfuch (2002) pontua que nos deparamos na primeira fila e em “tempo real” diante do desnudamento de qualquer segredo, além disso, o discurso da autenticação e os apagamentos ficcionais prometem uma distância ainda menor entre os receptores e o acontecimento.

A contemporaneidade está marcada pela proliferação de fórmulas de autenticidade, de voracidade pelas vidas alheias, a obsessão do “vivido”, certificado, exato, do mito do “personagem real” que deve testemunhar em todos os lugares a existência e a profundidade do eu. Isto se verifica facilmente nas mídias com seus *reality shows* que tentam simular a realidade, a fim de observar o vivido em seu grau “mais puro”, assim como, nas mídias sociais, onde nos é perguntado a todo o momento “o que você está pensando (fazendo)?”.

Arfuch (2002) esclarece que o espaço enunciativo midiático é sempre plurivocal, trata-se ali verdadeiramente da construção dialógica, triádica ou polifônica das “autobiografias de todo o mundo”. Assinala, no entanto, que quase nunca esses relatos nos meios são produzidos pela própria pessoa espontaneamente, e sim, pautados por uma equipe que está por trás e não aparece, porém a autora acredita que isso não diminui o valor e é irrelevante para o entendimento que estes relatos sejam mediados ou não.

O espaço biográfico contemporâneo, segundo Arfuch (2002), está repleto destas narrativas vivenciais, que se encontram espalhadas por toda a parte, sejam nas lógicas midiáticas, literárias, acadêmicas (e em ultima instância, culturais). A distância que vai do testemunho, as buscas pela identidade, o conhecimento de si, as histórias pessoais e coletivas, os tons de sensacionalismo e escândalo, essa simultaneidade irreverente do espaço, criaria à relevância do biográfico vivencial nos gêneros discursivos contemporâneos. Os usos desses gêneros influenciam desse modo, hábitos e costumes, na variação dos estilos e até no “tom” de uma época.

No Astral, por exemplo, nos diz muito sobre o tom de nossa época. Centrado nos relatos pessoais, mostra-nos que valorizamos as narrativas de pessoas comuns e célebres. Seus assuntos principais são o trabalho, o amor, as relações pessoais, a busca por uma identidade. Não seriam estes a maior preocupação dos viventes deste tempo? Anteriormente, a astrologia mediatizada era baseada em aconselhamentos, em um locutor que possuía um poder acima do nosso, de prever o futuro, de guia, de modelo e nos solicitava certas ações, atitudes. Aqui em *No Astral*, porém, percebemos uma nova roupagem da astrologia na mídia, como se de alguma forma os emissores, receptores e a sociedade, em geral, valorizassem mais os discursos que nos colocam em um mesmo patamar, do que os discursos que “vem de cima”.

Arfuch (2002) assinala também que já não é tanto o “conteúdo” do relato por si mesmo – os acontecimentos, momentos, atitudes –, mas precisamente as estratégias – ficcionais de autorrepresentação que importam. Nem tanto a “verdade” do ocorrido, mas sua construção narrativa, os modos de se nomear o relato, o vaivém da vivência ou da lembrança, o ponto do olhar, o que se deixa na sombra, e depois, que história alguém conta de si mesmo ou de outrem. É essa qualidade de narração que se torna, afinal, significativa. Não será tanto o conteúdo, mas a forma que importará. No caso dos testemunhais, a forma que alguém contará algo, a capacidade narrativa de “fazer crer”, das provas que o discurso consiga oferecer dentro de suas estratégias de verificação, de suas marcas enunciativas e retóricas é que realmente importarão.

O registro gráfico ou audiovisual tenta dar conta obstinadamente, cada vez mais “pela boca de seus protagonistas”, a busca da plenitude da presença – corpo, rosto, voz –, do “como isso aconteceu”, como proteção inequívoca da existência e da singularidade do eu.

Arfuch (2002) acrescenta:

É essa busca, essa proteção em tempos de incertezas, um dos fatores que impulsionam, segundo minha hipótese, o desdobramento sem pausa do biográfico. À sua dimensão clássica como modo de acesso ao conhecimento de si e dos outros – a vida como totalidade que iluminaria uma escrita, uma descoberta, uma atuação, uma personalidade –, a esse apaixonante “para além” da mesa de trabalho do escritor, do gabinete do funcionário, do camarim da estrela, que explicaria – e faria compartilhar – uma rota sempre única, somando-se hoje outras “tecnologias da presença”. Que a globalização estende ao infinito (ARFUCH, 2002, p.75)

Se o sujeito só pode encontrar uma instância superadora de seu vazio existencial em atos de identificação, a identificação imaginária com o outro e com a vida do outro é o ato mais “natural”, pois replica as identificações primárias, parentais, segundo a autora. E aqui, embora as vidas suscetíveis de identificação se distribuam num universo indecível entre ficção e não-ficção, há um complemento de sentido nas vidas “reais”, no qual a literatura, o cinema, a televisão e a internet, enfim, a mediatização, não se cansa de apregoar. Arfuch (2002) ressalta ainda, que o traço básico de nossa identificação com alguém, que está em geral oculto, não é necessariamente glamoroso, também pode ser certa falha, debilidade, culpa no outro. O que parece evidente para a autora, é a coexistência no imaginário social de ambos os “modelos”, o estelar e o das vidas comuns, em sua invariável mistura e superposição – desventura dos poderosos, quedas, ascensões, golpes de sorte, felicidade das coisas simples.

Podemos apreender, desse modo, porque *No Astral* dedica um quadro para as celebridades e outro para pessoas comuns, já que ambos coexistem no imaginário social, e gostamos de saber sobre suas vidas, trajetórias.

Arfuch (2002) também nos esclarece que nenhum significante pode representar completamente o sujeito e nenhuma identificação, por mais intensa que seja, poderá operar como elo final na cadeia. É necessário esse vazio constitutivo para que se construa nosso espaço biográfico.

A autora parte da hipótese de um sujeito incompleto, não essencial e, portanto, aberto a identificações múltiplas, como assinalou Bauman (2003). Este sujeito encontra-se em tensão com o outro, com o diferente, por meio de posicionamentos contingentes que é chamado a ter. Mais do que um simples devir de relatos, há uma busca, uma identificação que a autora chama

“daquilo-outro” que permita articular, ainda que temporariamente, uma imagem de autorreconhecimento.

Diferentemente de Arfuch (2002), Bauman (2011) possui uma visão mais pessimista, pois acredita que estamos vivendo o que ele denomina de uma “crise da privacidade”. Para ele, o que nos mantinha unidos era o segredo, ou seja, a possibilidade de confidenciar apenas para pessoas íntimas nossa vida particular. Este fato diferenciava os nossos melhores amigos de todas as outras pessoas. Isto nos unia, cria um círculo de confiança, de integração. Assuntos como o sexo, por exemplo, sempre foram privados e jamais expostos publicamente. Porém, o autor acredita que até mesmo o sexo hoje é banalizado e exposto abertamente nas mídias, enfraquecendo nossos laços, já que nada mais pertence à vida particular. O segredo e a confiança perderam a sua função e nós, na maioria das vezes, não buscamos mais esconder e sim mostrar, buscar holofotes para nossas intimidades. Nestes termos:

Nos nossos dias, não é tanto a possibilidade de traição ou violação da privacidade que nos assusta, mas seu oposto: fechar todas as saídas do mundo privado, fazer dela uma prisão, uma cela solitária ou uma masmorra do tipo em que antigamente desapareciam as pessoas que perdiam as boas graças do soberano, abandonadas no vácuo da despreocupação e do esquecimento públicos – o dono desse “espaço privado” é condenado a sofrer para sempre a consequência de suas ações. (BAUMAN, 2011, p.41)

Bauman (2001) acredita que a falta de pessoas para ouvir nossas angústias, nossos segredos são o nosso maior medo, pois queremos mostrar tudo publicamente, como se nossa vida privada fosse propriedade de todos. Desejamos ser “celebridades”, estar constantemente expostos aos olhos do público, sem ter necessidade nem direito ao sigilo privado. Hoje, este seria o modelo de sucesso mais difundido e mais popular.

Arfuch (2002) comunga desta ideia no campo da política. Para ela, essa exacerbação do privado no público traz consequências ruins como a personalização da política, o peso que adquire a vida privada, a dimensão subjetiva e o carisma na construção da imagem e a representação pública dos candidatos. A exposição da vida pessoal nos meios no ramo da política se tornou razão necessária para qualquer um ser considerado um bom político. Procura-se saber se o sujeito possui família, filhos, se é bom marido ou pai, se foi bom aluno.

Há um enfraquecimento do conteúdo ideológico/pragmático que traz um excessivo peso do social e uma exacerbação da subjetividade, que se traduzirá num desequilíbrio do privado no público. Segundo a autora, o papel da privacidade na política, junto com a mediatização e a revolução tecnológica foi se tornando inquietante e, em algumas ocasiões, até desestabilizador.

Porém, Arfuch (2002) afirma que há um entrecruzamento entre o espaço público/privado constante. Para ela, não só o privado sai de seu caminho invadindo territórios alheios, mas também o público (o político, o social, o de uso, interesse e bem comum etc.) não alcança o tempo todo o estatuto da visibilidade e pode recuar sob a luz da superexposição. Os temas, conforme a autora são então públicos ou privados, segundo as circunstâncias e os modos de construção. Sem haver separação per si entre eles.

Arfuch (2002) confirma a teoria de Bauman (2011) que a exaltação da individualidade tende a desarticular laços sociais, consolidar o império do mercado e a utopia consumista. Porém ela acredita que o excesso de busca pela singularidade do eu, pode abrir caminho para uma nova intimidade, pelo diferente, em uma sociedade que renega a diferença. Este diferente rejeita o modelo único de vidas felizes (o casamento heterossexual, a descendência, as linhagens) e abre espaço para o terreno da manifestação da política da diferença. Esta política que retrata a autora pode ser encontrada em *No Astral* quando traz a história de casamentos homossexuais, e de ex-namorados e ex-maridos que se tornaram amigos, fugindo dos padrões apreçados pela sociedade.

Estes relatos acrescentariam na busca por nossa própria identidade e para compreendermos a época em que vivemos. Nestes termos:

Assim, poderíamos falar não somente de perdas, mas também de *chances*, não apenas do excesso de individualismo, mas também da busca de novos sentidos na constituição de um *nós*. Porque, e isso é essencial, sabermos que não há possibilidade de afirmação da subjetividade sem intersubjetividade; consequentemente, toda biografia ou relato da experiência é, num ponto, *coletivo*, expressão de uma época, de um grupo, de uma geração, de uma classe, de uma narrativa comum de identidade. É essa a qualidade coletiva, como marca impressa na singularidade, que torna relevantes as histórias de vida, tanto nas formas literárias tradicionais quanto nas midiáticas e nas das ciências sociais. Mecanismo de individuação que é ao mesmo tempo emergência a partir do anonimato das vidas – de todos –, desdobramento de sofisticadas tecnologias do eu – os cuidados do corpo, da mente, dos afetos, o paroxismo do “uso dos prazeres”, para retomar o eco focaultiano – e “quedá”, mais uma vez, no mandato do “estado terapêutico”, que sugere, informa, uniformiza, controla, prescreve, proíbe...É nessa trama, que não recusa a riqueza borgeana da ambiguidade nem da contradição, que se tornam talvez inteligíveis as tendências midiáticas – e biográficas – contemporâneas (ARFUCH, 2002, p.100)

Não podemos esquecer, porém, segundo aponta Bourdieu (1997), que mesmo com as marcas no discurso, a chamada cultura presente neles ou que pode surgir deles, se apresenta como ficcional ou controlada. Uma atitude ou um discurso que acontece em casa com a família, provavelmente não será repetido diante das câmeras. Este fato ocorre principalmente em programas que apresentam o gênero entrevista, como é o caso de *No Astral*:

Outra propriedade invisível desse espaço é a própria lógica do jogo de linguagem, como diz o filósofo. Há regras tácitas desse jogo que vai ser jogado, tendo cada um dos universos em que circula o discurso uma estrutura tal que certas coisas podem ser ditas e outras não (BOURDIEU, 1997, p.49).

Como observamos na Figura 17, apesar do apagamento da emissão e até mesmo da entrevistadora na série trabalho no quadro das personagens comuns e das celebridades, há uma direção por trás que guia as pautas, as cenas e até mesmo os discursos apresentados.

Assim, os relatos na mídia, principalmente na televisão, não são a “vida real” ou o real em si, mas sim, formas de narrá-lo.

Figura 17 – Diretora de *No Astral*, Patrícia Lopes na gravação do quadro parceria



Fonte: GNT, 2012

Pierre Bourdieu (1996) também nos alerta sobre a linearidade dos relatos e suas análises bem tracejadas, onde a única coisa que o autor julga linear é o nome próprio de cada um, que não se altera mesmo com a metamorfose constante dos sujeitos. As histórias e as pessoas, segundo Bourdieu, são muito mais complexas do que suas falas sobre si e toda tentativa de definição simplista, sem compreender a trajetória, o conjunto de relações objetivas, de sentido e o valor de sua posição num espaço orientado que ligam o sujeito a um fato ou pessoa determinada. Para o autor, estes relatos e suas análises lineares são na verdade uma ilusão:

Tentar compreender uma vida como uma série única e por si suficiente de acontecimentos sucessivos, sem outro vínculo que não a associação a um “sujeito” cuja constância certamente não é senão aquela de um nome próprio é quase tão absurdo quanto tentar explicar a razão de um trajeto no metrô sem levar em conta a estrutura da rede, isto é, a matriz das relações objetivas entre as diferentes estações (BOURDIEU, 1996, p. 189-90)

Em *No Astral* isto ocorre muitas vezes, pois as pessoas surgem falando de suas vidas, focadas no momento presente e dizendo que são de determinada forma. Não se conhece a trajetória, nem o lugar de onde falam e as relações sociais destas personagens. Desta forma, narrar a si mesmo no programa, além de representar a ilusão do conhecimento de si, visto que somos seres complexos e nos conhecemos muito pouco, também se apresenta para os receptores como a ilusão de uma biografia, já que esta forma de narrar a vida, assim como outras, são de alguma maneira ilusórias, fictícias, pois não se sabe o lugar social e as relações de força que estão ocorrendo no momento em que o discurso é produzido. Será que tudo pode ser realmente dito?

Bourdieu (1997) defende que a tevê jamais poderá ser a apresentação “real” de qualquer coisa, seja uma história ou uma ideia, já que o tempo concedido por ela é limitado, não se pode falar sobre o que se quer e deve-se ter cuidado para adaptar o discurso de uma forma que os receptores possam entender. Assim, haveria uma perda de autonomia dos sujeitos:

Mas volto ao essencial: afirmei ao começar que o acesso à televisão tem como contrapartida uma formidável censura, uma perda de autonomia ligada, entre outras coisas, ao fato de que o assunto é imposto, de que as condições da comunicação são impostas e, sobretudo, de que a limitação do tempo impõe ao discurso restrições tais que é pouco provável que alguma coisa possa ser dita (BOURDIEU, 1997, p.19).

Notamos o que Bourdieu descreve no discurso das personagens de *No Astral*. Por tratar-se de um programa editado, muitas vezes, os valores presentes em suas falas, são, na verdade, os valores que a emissora deseja difundir. Na série amor, percebemos que as relações afetivas são exaltadas pela emissora, mas não obsessivamente ou com fórmulas. Na emissão encontramos casais heterossexuais, homossexuais, e muitos episódios mostram também a fragilidade dos laços, com depoimentos de ex-maridos, ex-namorados e até mesmo de traições. Nem sempre se mostra um “casal feliz” como modelo para a felicidade, porém, o programa busca ser sutil e descontraído mesmo com estes testemunhais, uma vez que todas as personagens apresentadas falam bem, se adoram e convivem bem com as outras.

Por sua vez na série trabalho, detectamos menos fragilidade e abertura para diferentes possibilidades, já que praticamente todas as personagens em seu discurso apresentam e reafirmam o esforço, a determinação e o empenho no trabalho. Em nenhum momento uma personagem aparece falando que é feliz sem trabalhar. Todos se apresentam como bons profissionais, embora em alguns momentos confessem não estarem dispostos a trabalhar.

Matos (2008) acredita que além da coisificação, o capitalismo contemporâneo impõe uma única alternativa: sacrificar a vida ao trabalho – com o que o indivíduo perde a sua vida e ao mesmo tempo a ganha – ou sofrer pela falta de trabalho. Para a autora, enquanto a sociedade comportar o trabalho alienado, o ser humano não será livre:

Nas sociedades ocidentais contemporâneas, presididas pelo princípio de rendimento, o princípio de realidade se infiltra no princípio de prazer, assim como a produtividade não é decidida pelos homens, mas se impõe, fazendo violência à natureza exterior, por tratá-la como um bem disponível à exploração produtiva para fins de acúmulo de capital. Ao que responde a dominação a natureza interior ao homem, produzindo conformismo que reproduz e mantém o reino da necessidade, proscrevendo o da liberdade. A carência ontologizada assim permanecerá enquanto as relações entre o homem e a natureza e as relações sociais comportarem o trabalho alienado, pois mesmo a melhoria em suas condições, sua racionalização ou redução em seu tempo diário e de suas condições dolorosas, não alteram a natureza não livre do trabalho, com o que se prolonga o reino da necessidade. (MATOS, 2008, p. 16)

Apesar de o sistema capitalista sustentar a ideologia da liberdade e que o trabalho em nossa sociedade é uma opção, a autora afirma que somos forçados a ele e não possuímos livre arbítrio aqui. Como vivemos no “reino da necessidade”, segundo ela, nos conformamos a ser explorados como bens disponíveis, servindo de acúmulo de capital para outrem, ao invés de optar pela liberdade.

Os meios de comunicação, e mais precisamente *No Astral*, parecem demonstrar esta nuance do sistema capitalista, onde o trabalho não se apresenta como opção, mas um dever, um “valor” obrigatório. A série trabalho de *No Astral* não abre espaço para o diferente, para pessoas que não trabalham, assim como a sociedade capitalista não abre e não dá boas oportunidades de crescimento fora do trabalho. A série amor pode demonstrar pessoas que não amam, pessoas solteiras, separadas e casais homossexuais, porém todas elas se mostram felizes e realizadas. A série trabalho, porém, jamais demonstra pessoas desempregadas e felizes, ou seja, não há espaço para outras realidades.

Qualquer ideia de espontaneidade, de mostrar o real em si, de participação popular é aqui desconstruída, visto que, o estranho, o diferente ou outro tipo de vida é evitado. Mesmo

que o programa tente passar a ideia de realidade, de espontaneidade, trata-se de uma realidade controlada, fabricada, que deve estar de acordo com os valores que a emissora cultiva.

7.2 Quadro Celebidades

Como abordado anteriormente, a emissora GNT adota em seu contrato de leitura a participação de pessoas comuns e celebridades em seus programas. Normalmente em todos os seus produtos, poderemos ver esta mescla de anônimos e celebridades dando opiniões sobre um determinado assunto. Como não poderia ser diferente, o quadro celebridades de *No Astral* é apresentado em todas as edições, já que o contrato de leitura do programa e da própria emissora envolve a utilização destas personagens para criar identificação com o público.

Em *No Astral*, cantores, jogadores de futebol, atores (da Rede Globo, obviamente) e apresentadores aparecem contando histórias pessoais. Temas como trabalho, amor, família e astrologia são abordados pelos mesmos. Em praticamente todos os programas disponíveis no site da emissora e no Youtube, a celebridade narra algo sobre si mesma de frente para a câmera, sem a presença de um mediador, exceto no programa introdutor sobre a série amor, onde Cláudia Lisboa entrevista Marisa Orth. Nos demais, é como se a celebridade estivesse olhando diretamente para o interlocutor em uma conversa informal.

Figura 18 – Entrevista Ed Motta no quadro celebridades



Fonte: NO ASTRAL, 2012

Figura 19 – Entrevista Deco no quadro celebridades



Fonte: NO ASTRAL, 2012

O quadro das celebridades geralmente possui de um a três minutos e não apresenta som ao fundo, gerando a impressão de conversa habitual do “mundo real”, que não é musicada. Porém em alguns programas como o de Totia Meirelles (Libra no amor),

poderemos encontrar um som estilo *lounge* acompanhando a fala da personagem. O quadro é exibido após o quadro das personagens comuns, como se “normalizasse” sua apresentação, não possuindo destaque ou anúncio especial em relação aos outros quadros.

De acordo com Luhmann (2005), desde a expansão da televisão, firmou-se paralelamente uma segunda forma, o gênero de relatos e experiências altamente pessoais. Para ele, as pessoas são postas diante das câmeras, apresentadas e questionadas, em geral, com interesse nos detalhes mais íntimos de sua vida particular.

Luhmann diz que o interesse em programas deste tipo está em ser mostrada uma realidade na qual se acredita, sem necessariamente ser consensual. Esta seria a tendência do entretenimento atual, os programas têm sempre um roteiro que convida o receptor a aplicar em si mesmo aquilo que ele viu ou ouviu.

Arfuch (2010) acrescenta que, ao narrar em primeira pessoa, uma maior verdade é adicionada aos fatos e à “realidade televisiva” (na medida em que aproxima sujeitos numa dimensão sensível). Notamos, que além de tentar passar uma verdade maior, o programa tenta se aproximar do universo dos receptores por meio de discursos que mostram que as celebridades também são normais, “gente como a gente”, como na fala da personagem Deborah Secco:

A maioria das cenas difíceis que eu vou fazer eu rezo antes. Várias cenas onde eu não conseguia me emocionar, onde eram cenas difíceis de fazer eu começava a rezar durante a cena, pedindo ajuda. Não tô conseguindo buscar essa verdade, me ajuda porque eu acredito que quem me deu esse dom foi você, então só você pode fazer isso por mim. Eu sou muito simples e o que me deixa feliz trabalhando, na verdade, é ter uma boa personagem e conseguir fazer com que as pessoas da equipe me enxerguem como também uma pessoa da equipe, só mais uma simples peça da equipe. Porque eu acho que acaba que a televisão te deixa num patamar onde as pessoas te veem de uma forma diferente e eu não sou diferente. Eu tô ali pra fazer o mesmo filme, pra fazer a mesma cena, pra cumprir o mesmo horário. (SECCO, 2012)

Figura 20 – Deborah Secco entrevista no quadro celebridades



Fonte: NO ASTRAL, 2012

No discurso de Deborah no programa de Sagitário, a atriz aparece com um figurino simples, blusa com manga estampada, cabelo pouco arrumado e praticamente nenhuma maquiagem (FIGURA 20). Percebemos uma desconstrução também em seu discurso, um tom de aproximação e normalidade da vida da celebridade a dos seres humanos anônimos. A enunciação gira em torno do “sou célebre, porém normal”. Podemos comparar inclusive esse “ar normal” da celebridade no programa com a capa de *Lola* de agosto de 2011. Nela a atriz aparece de outra forma, em uma foto em preto e branco que a diferencia do plano normal, com uma produção aparente em cabelo, maquiagem, pose e figurino. A revista tem como foco apresentar celebridades de forma glamourosa, quase inatingível (FIGURA 21).

Figura 21 – Capa da Revista Lola de Agosto de 2011



Fonte: Editora Abril, 2011.

Podemos encontrar também no programa de *Libra* sobre o amor a mesma desconstrução no discurso da atriz Marisa Orth, em entrevista com Cláudia Lisboa:

Uma coisa é a gente dizer ninguém é perfeito. A gente não sente mais quando diz isso. O certo seria dizer todo mundo tem defeito. Porque defeito é um troço feio, mas a gente tem que entender. Defeito quando ele vem a gente diz humm. É que a gente se sente tão “micha” quando tem ciúme e ponto. Eu me sinto micha, eu me sinto simples. Eu sou atriz, eu sou famosa, eu estudei e tô sentindo essa bodega? (ORTH, 2012)

Em *No Astral*, assim como, em outros programas da GNT, as celebridades são convidadas a contarem suas histórias e parecerem “de carne e osso”. A maquiagem é leve, dando a impressão de ausência da mesma, como no quadro de Deborah Secco e Marisa Orth (FIGURA 22). O cantor Ed Motta aparece de óculos e roupas simples com livros e discos ao

fundo, como se estivesse em um cômodo de sua própria casa (FIGURA 18). Além disso, o programa procura também promover os artistas da Rede Globo, principalmente os que estão em voga em sua programação.

Verificamos também que o próprio horóscopo de *Lola* é díspar do programa, pois a celebridade Susan Miller é tida como uma pessoa incrível e diferenciada como vimos no índice da revista anteriormente. A revista se apoia no sucesso da astróloga para atrair as leitoras.

Figura 22 – Entrevista Marisa Orth



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Por outro lado, em *No Astral*, as celebridades não são citadas no quadro de apresentação e também não fazem parte do discurso de Cláudia em nenhum momento, a não ser no programa com Marisa Orth. Com a apresentação após o depoimento de pessoas comuns (que depois se intercalam), é como se a celebridade nem fosse tão importante ou estivesse no mesmo patamar que os indivíduos sem fama.

Outro ponto interessante para destacar no programa são as legendas do quadro das séries nos depoimentos de cada personagem. Na série amor, as legendas são mais generalistas e envolvem o nome da pessoa, o signo e uma qualidade ou status que a pessoa realmente possua como podemos ver na figura 22 “Marisa Orth, libriana e casadíssima”. A legenda usa uma linguagem bastante informal, intimista e bem peculiar do público feminino (alvo principal do programa), muito próxima a que é utilizada nas redes sociais. Esta foi parte da promessa feita pela emissora nas matérias de lançamento do programa que diziam que *No Astral* apresentaria uma linguagem simples e bem humorada (GNT, 2011). As legendas e as falas da apresentadora na série amor são mais simples, curtas e menos explicativas,

reforçando a ideia do senso comum de que o “amor carece de explicações”. A série assim, é um pouco mais opaca, mais aberta para que os receptores lhe atribuam um sentido, como nos dizeres de Verón (2005).

Já na série trabalho, tanto artistas do quadro celebridades, quanto pessoas comuns no quadro parceria aparecem com legendas com seu nome, profissão, signo do zodíaco e algum traço de personalidade que corresponda àquele signo com ponto de exclamação ao final para dar bastante ênfase, funcionando mais como um signo sensorial/emotivo do que como legenda. Como podemos perceber, por exemplo, nas figuras 18, 19 e 20 “Ed Motta, músico e leonino clássico!”, “Deco, jogador de futebol, virginiano e perfeccionista!”, “Deborah Secco, atriz, sagitariana e incansável!”.

No saber popular, o signo de virgem é atribuído ao perfeccionismo e sagitário à energia. Ed Motta é leonino “clássico”, ou seja, *No Astral* acredita que seus receptores sabem quais são as características principais de um leonino.

É importante ressaltar também que as legendas da série trabalho servem para rotular os participantes que muitas vezes nem esboçam em seu discurso e aparência nenhuma característica descrita na legenda. *No Astral* almeja direcionar o olhar de seu receptor.

Sabemos que o mundo do trabalho, principalmente o das empresas, é afeito a explicações, números, slides e tudo mais que possa ser detalhado, organizado, medido. A série trabalho incorpora a forma do mundo empresarial por meio de sua enunciação, como as legendas, design gráfico, cenário, figurino e com a fala mais explicativa de Cláudia, se assemelhando ao discurso das organizações, que esclarece, resume e recolhe informações a todo o momento de forma pragmática. Diferentemente do amor, o mundo do trabalho precisa de informações e explanações e *No Astral* se volta para esta tendência.

Além da legenda de apresentação, outras são mostradas no decorrer do discurso da personagem. Notamos que mesmo sem um entrevistador aparente, a entrevista é pautada de acordo com o signo do dia para que a personagem fale sobre as características mais comuns do signo, como veremos adiante.

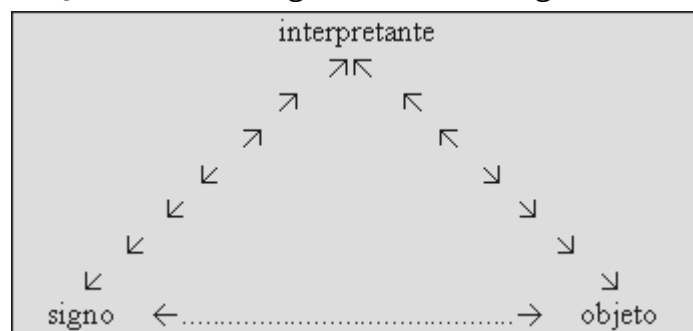
Torna-se relevante destacarmos a teoria de Peirce (2000). Para ele, a produção de sentido se dá por meio da tríade signo-objeto-interpretante que pode ser mais bem exemplificada no Quadro 1.

Quadro 1 – Semiose, processo de significação

Semiose (processo de significação)		
Peirce		
A	Signo	Qualquer coisa perceptível: palavra, sintoma, sinal, sonho, letra, frase. Um signo representa um objeto, refere-se ao objeto. Sem ele, é impossível conhecer o objeto.
B	Objeto	É a ele que se refere o signo. Pode ser perceptível ou imaginável. Determina o signo. Existe à margem do signo.
C	Interpretante	Signo, pensamento que interpreta um signo anterior. Qualquer novo interpretante lança mais luz sobre o objeto

Fonte: LOGOS, 2008.

Signo, segundo Peirce (2000), é tudo o que possa ser conhecido, tudo o que é reconhecível. Mas, para que um signo potencial possa atuar como tal, deve estar relacionado com um objeto, deve ser interpretado e produzir um interpretante na mente do sujeito implicado. Este processo interpretativo é denominado “semiose”. O Quadro 2 representa este processo.

Quadro 2 – Triângulo da semiose segundo Peirce

Fonte: LOGOS, 2008.

Observamos que a concepção peirceana deixa espaço à interpretação individual. O interpretante é um pensamento subjetivo que utiliza um signo para fazer referência a esse objeto. Para cada um de nós, a relação entre um signo e um objeto tem um sentido preciso, está vinculado a afetos, lembranças e experiências que têm a ver com tal semiose. Segundo Peirce, a semiose adquire uma dimensão afetiva que, embora seja subjetiva, para o sujeito não é arbitrária, em absoluto.

Em outras palavras, para Peirce (2000), o interpretante é subjetivo, é a mente de cada um que interpreta de acordo com o repertório individual. Um mesmo signo pode não representar a mesma coisa para duas pessoas. Em *No Astral*, porém, não visualizamos muito espaço para a interpretação, apesar de sabermos que cada receptor interpreta um signo à sua maneira. O programa não exhibe apenas a legenda com o nome do participante como de costume, mas também um “resumo do que a pessoa é”. Se for virginiano, é perfeccionista, se for sagitariano, tem muita energia. *No Astral* tenta interpretar pelo próprio receptor ao invés de deixá-lo tirar as próprias conclusões do que está sendo visto e ouvido. Assim, o programa tenta impor seu próprio sentido. O jogador de Deco jamais poderá ser um virginiano desorganizado aqui. A respeito deste assunto, Bourdieu (1997) nos fala sobre esta tendência da “nomeação”:

De fato, paradoxalmente, o mundo é dominado pelas palavras. A foto não é nada sem a legenda que diz o que é preciso ler – legendum –, isto é, com muita frequência, lendas que fazem ver qualquer coisa. Nomear, como se sabe, é fazer ver, criar, levar à existência. E as palavras podem causar estragos (BOURDIEU, 1997, p.26)

Para o autor, muitas vezes, a mídia cria situações com legendas para uma cena, uma imagem ou uma foto, que na verdade não existem. Jost (2007) comunga com esta ideia e nos diz:

Desse ponto de vista, a informação televisual sustenta-se em um mal entendido: enquanto o telespectador imagina que a informação vem da imagem, e que o comentário do jornalista visa primeiramente descrever o que viu ou o que sabe, o exercício ao qual ele se entrega tende antes a conformar a imagem à sua palavra. Com o princípio de no início era o verbo, a informação torna-se conformação (JOST, 2007, p.104)

Valendo-nos das palavras de Jost, percebemos que *No Astral* faz exatamente isto, conforma a imagem à palavra, seja esta uma legenda ou o discurso da apresentadora, portanto a impressão de “programa feito com a fala de pessoas normais” seria ilusória, já que o discurso dos produtores do programa prevalece sobre seus participantes.

Outro ponto importante que devemos procurar compreender na enunciação de *No Astral* é o motivo da utilização de celebridades contando sobre suas atitudes e vida pessoal.

De acordo com Bauman (2003), um dos principais focos da sociedade atual é a busca pela identidade que possa nos conferir “aprovação social”. Para isso, a identidade deve ser fácil de decompôr, como foi fácil de construir, permanecendo flexível para alterá-la quando não for mais satisfatório. A preocupação dos antepassados com a própria identificação, exclusiva e única, tende a ser deslocada pela preocupação com uma reidentificação perpétua. Ele acredita que a identidade no mundo atual é líquida e momentânea:

A facilidade de desfazer-se de uma identidade no momento que ela deixa de ser satisfatória, ou deixa de ser atraente pela competição com outras identidades mais sedutoras, é muito mais importante do que o “realismo” da identidade buscada ou momentaneamente apropriada (BAUMAN, 2003, p.62).

Nesta busca, acabamos procurando modelos na indústria cultural que possam satisfazer nossa necessidade de aceitação e adequação.

O autor acredita que a indústria do entretenimento se aproveita desta busca nos sugerindo modelos a todo o momento. O sucesso desta indústria, segundo Bauman (2003), se dá pela imensa capacidade tecnológica, que permite a criação de espetáculos que oferecem oportunidade de participação a telespectadores fisicamente remotos.

Para ele, o indivíduo tranquiliza-se pela orientação moral dada e imposta pela sociedade e pelos meios. Esta orientação se daria mais pela estética do que pela ética. Como todos os objetos da experiência estética, a indústria do entretenimento atuaria por meio da sedução e não por meio da razão.

Bauman (2003) aponta que estes programas de entretenimento utilizam celebridades como modelo de identidade porque a autoridade destas advém de sua audiência. Quanto maior audiência possui uma celebridade, maior o seu poder de sedução e autoridade. Assim:

Seguir as peripécias das celebridades não é uma simples questão de curiosidade ou apetite pelo divertimento. A autoridade do número torna os “indivíduos à vista do público” exemplos de autoridade: confere ao exemplo gravidade adicional. De fato, se muitas pessoas as olham com atenção, seu exemplo deve ser “superior” ao que um simples espectador ou uma simples espectadora poderia aprender de sua própria experiência de vida (BAUMAN, 2003, p.64).

O autor pontua que os espectadores esperam das confissões públicas das celebridades uma confirmação que sua própria solidão é tolerável e, com alguma sorte, pode até render

bons frutos. O que estes receptores se deleitam nas confissões das celebridades é receber a recompensa da sensação de fazer parte de uma “comunidade”.

Ao ouvir as histórias de infância feliz, surtos de depressão e casamentos desfeitos ficam seguros de que viver em solidão significa estar em boa (e muito célebre) companhia e de que enfrentá-la por conta própria é o que os torna membros de uma comunidade. (BAUMAN, 2003, p.64)

Podemos apreender com o pensamento de Bauman que as celebridades simbolizam em *No Astral* autoridade, referência e um modelo de identidade, além de desejar criar um sentimento de “iguais a nós”, de normalidade.

No episódio do programa *Leão no trabalho*, podemos ouvir no discurso do cantor Ed Motta o seguinte: “não sou muito fã de trabalho, mas quando preciso trabalhar sou praticamente um soldado”. Esta fala é passível de grande identificação por parte do público, pois a celebridade se mostra como uma pessoa normal, que nem sempre está disposta a trabalhar, mesmo sendo um artista famoso. A fala de Ed Motta soa como “Ó eu aqui igual a vocês. Se eu posso ser assim, vocês também podem. Posso até não querer, mas trabalho”.

Segundo Bauman (2003) esta identificação e a ideia de comunidade criada pelos programas de entretenimento por meio dos discursos das celebridades são ilusórias e passageiras. Para ele, estão são apenas um simulacro, com laços são facilmente desfeitos, já que em uma verdadeira comunidade todos os indivíduos protegem e criam obrigações para com os outros:

Os ídolos realizam um pequeno milagre: fazem acontecer o inconcebível; invocam a “experiência de comunidade” sem comunidade real, a alegria de fazer parte sem o desconforto do compromisso. A união é sentida e vivida como se fosse real, mas não é contaminada pela dureza, inelasticidade e imunidade ao desejo individual que Durkheim considerava atributos da realidade, mas que os habitantes móveis da extraterritorialidade detestam como uma intromissão indevida e insuportável em sua liberdade. Os ídolos, pode-se dizer foram feitos sob encomenda para uma vida em episódios. As comunidades que se formam em torno deles são comunidades instantâneas, prontas para o consumo imediato – e também inteiramente descartáveis depois de usadas (BAUMAN, 2003, p.66)

Arfuch (2002), por outro lado, acredita que esse relato das celebridades ancorado na vivência, essa convocação num instante a totalidade, de ser unidade mínima e ao mesmo tempo ir além de si mesma em direção à vida em geral, é talvez o que faça dela um dos significantes que mais insistem no nosso espaço biográfico contemporâneo. A autora reconhece que a totalidade, o pertencer a um todo, a uma comunidade, é imaginária. Porém,

mesmo com esse caráter, Arfuch acredita que essa ideia de comunidade imaginária é uma ancoragem necessária, pois nestes relatos somos levados ao auto conhecimento, a encontrar um “eu no nós” e o “nós no eu”. Nestes termos:

Impregnada de conotações de imediaticidade, de liberdade, de conexão com o “ser”, com a verdade de “si mesmo”, vem também atestar a profundidade do eu, dar garantia do “próprio”. E ainda que a “totalidade” não tenha um caráter de completude, de acabamento, mas seja interpretada antes como uma totalidade imaginária, e embora, a conexão com a vida em geral remeta na minha ótica a um rastro, a um cronotopo, mais do que uma realização transcendente, há uma ancoragem, necessária e temporária, que a vivência propõe, como lugar talvez menos incerto de (auto) reconhecimento. E essa ancoragem, presente ou restaurada na lembrança, que parece impactar, sem mediação alguma, a totalidade imaginária da vida, para cada um, poderíamos acrescentar, transcendente (ARFUCH, 2002, p.82).

Na conceituação de Arfuch, em nosso espaço biográfico articulam-se o “momento” e a “totalidade”, a busca de identidade e identificação, o paradoxo da perda e a restauração. Traço que, para a autora, dissuade uma interpretação simplista ou casual da proliferação das narrativas do eu – em seus inúmeros deslocamentos –, apenas em termos de voyeurismo ou narcisismo, para abrir caminho para leituras mais matizadas, para novas indagações. A partir daí, Arfuch (2002) propõe o que levaria ao trânsito do “eu” ao “nós” o que permitiria revelar o “nós” no eu, não como somatória de individualidades, mas algo que possa hegemonizar algum valor compartilhado a respeito do imaginário da vida como plenitude e realização.

7.3 Quadro anônimos

O quadro anônimos de *No Astral* é realizado somente em áreas externas, como ruas, parques e praças. São entrevistadas pessoas não identificadas que comentam sobre o signo tema do programa. Observamos que o quadro não aparece na série trabalho, fazendo parte apenas da série amor. Isto se dá, provavelmente, pelo fato da série trabalho apresentar uma maior “racionalidade e distância” em sua enunciação.

As personagens da série posicionam-se de frente para a câmera, em geral com figurino despojado e ausência de um mediador em cena. Sem mostrar qualquer outro aparato tecnológico, como por exemplo, um microfone, o quadro dá a impressão de não fazer parte de uma entrevista midiática. A sensação que possuímos ao ver o quadro é que as personagens se apresentam com muita espontaneidade, como em uma conversa íntima com um amigo. Em alguns relatos, porém, fica evidente que há uma pauta, pois em dadas ocasiões as pessoas

iniciam seus discursos como se estivessem respondendo questionamentos: “Eu acho que pra afastar um pisciano basta você ficar enchendo o saco dele pra ele botar o pé no chão” (NO ASTRAL, 2012). Como podemos perceber neste trecho, a linguagem utilizada também é bastante informal, passando a ideia de naturalidade.

O quadro utiliza apenas cenas externas para dar a impressão de casualidade e informalidade, como se “capturasse” pessoas naquele exato momento, andando pelas ruas, e perguntassem o que lhes viessem à cabeça sobre um determinado signo. Assim, temos a impressão de que os próprios receptores, ou seja, nós mesmos, estamos fazendo parte do programa, já que apenas leigos aparecem falando sobre a astrologia.

O nome ou outra identificação sobre a personagem não aparece em nenhum momento durante o quadro. Não há legendas, nem apresentação. As falas vão sendo passadas de uma personagem para outra, até que cada um fale o que pensa sobre o signo tema. Em geral, 4 personagens são apresentadas em um mesmo programa. O quadro não identifica as personagens, para criar a ideia de elas podem ser você, eu, ou quem sabe, alguém que a gente conhece.

**Figura 23 – Personagem quadro anônimos
programa Aquário no amor**



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

**Figura 24 – Personagem quadro anônimos
programa Escorpião no amor**



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

**Figura 25 – Personagem quadro anônimos
programa Peixes no amor**



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

**Figura 26 – Personagem quadro anônimos
programa Touro no amor**



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Este quadro simboliza em *No Astral* a participação dos receptores nas mídias, o senso-comum, um programa feito “pela gente”. É como os jornais onde participam receptores leigos que escrevem, fotografam ou filmam os acontecimentos. Aqui, não se pretende saber sobre suas vidas, seus defeitos e qualidades, como vimos no quadro parceria, e sim saber o que os receptores pensam sobre o assunto em questão. Eles recebem espaço para se posicionar, mesmo não possuindo formação em astrologia. Implicitamente, o programa mostra que a voz dos receptores também é importante, que deseja ouvi-los, diferentemente do que ocorria anteriormente nos horóscopos mediatizados, onde não havia espaço para este receptor se posicionar, dizer o que pensava e sentia, deixando para os jornalistas e astrólogos o papel de emissores. Neste quadro, assim como nos outros, a emissão tenta inverter o papel entre emissores e receptores.

O intenso processo de mediatização da sociedade e a emergência dos *media* sociais reformula a organização e a interação entre produtores e receptores de discursos na sociedade atual. Tal complexificação desenvolve novos modos de funcionamento dos discursos sociais midiáticos, instaura “novos regimes” de contato entre produtores e receptores de mensagens, reorganizando não só o ambiente midiático propriamente dito, mas também os próprios lugares de fala de enunciadores e enunciatários (ROCHA, 2011). A intensa permeação do sensível e os novos modos de funcionamento dos discursos mediáticos cooperam para que os receptores apareçam cada vez mais na mídia, fazendo com que suas vozes, opiniões e dúvidas tenham visibilidade.

Scolari (2011), acredita que a maior participação dos receptores nos media e a criação de mídias sociais reconfiguram a esfera pública, na medida que nela ganham força as ações pós-massivas de comunicação. Em sua visão, a internet abriria possibilidades para empresas e os cidadãos veicularem mensagens sobre os mais variados assuntos. Isto seria a tal chamada

ciberdemocracia. Para o autor, a rede inverteu a situação de um jornal impresso, por exemplo. Primeiro se publica a informação e depois se filtra. Isso afeta não só o papel dos jornalistas – que devem aprender a conviver com os amadores – como também os modelos de negócios tradicionais. O autor nos lança a pergunta que ainda promete ecoar um bom tempo em nossas mentes sem resposta:

Em um contexto de crescente fragmentação textual e das audiências, onde o consumo sincrônico que propunha o *broadcasting* tende a explodir em milhões de situações individuais assíncronas, a pergunta é “como se constrói a agenda política em uma sociedade de rede? Quem decide do que falar quando uma parte crescente da sociedade faz um consumo individual e fragmentado dos meios? (SCOLARI, 2011, p.133)

Por outro lado, Luhman (2005) acredita que não pode ocorrer entre emissores e receptores dos meios nenhum tipo de interação. A interação tornar-se-ia impossível pelo fato de ocorrer interposição da técnica. Para ele, exceções são possíveis (mas não a todos os participantes), contudo elas parecem encenadas e, nos locais de emissão, são tratadas desta forma, como parece ser o caso de *No Astral*.

Trivinho (2011) também não enxerga tantos benefícios nessa maior “participação” dos receptores nos media. Para ele, as próprias redes sociais foram criadas para nos sentirmos únicos, para que leiam nossos pensamentos por meio dos textos que publicamos e vejam nossas fotos para que todos possam acompanhar nossa vida. Desta forma, o próprio sistema utiliza estratégias para que nos sintamos importantes e focados em nós mesmos.

O autor percebe que começamos a viver um processo que ele denomina de melancolia do único, querendo nos diferenciar de qualquer forma uns dos outros, com uma necessidade de poder e glória através da visibilidade, para que todos ouçam o que temos a dizer e prestem atenção em nós. Para Trivinho (2011) não participamos tanto das mídias por desejo ou força da democracia, e sim, pelo anseio de reconhecimento, já que a sociedade do afeto e do sensível sustenta o glamour e a fama como valores imensuráveis:

O processo civilizatório instituído ao longo do século XX – processo cerzido e reescalonado pelo fenômeno *glocal* e por sua fatoração derivativa, a *glocalização* do planeta – forjou e estabilizou *pari passu* uma equação social imperativa: a de uma existência (pessoal, grupal, governamental, corporativa etc.) inteiramente condicionada à aparição na visibilidade mediática. Segundo a fleuma autocrática desse axioma cultural epocal, hipostasiado em habitus cotidiano indiscutido, um existente (indivíduo, grupo, objeto, marca etc.) não subsiste *per se*; vige como tal, se, e somente se, nos e através de *media*, sejam eles de massa, interativos ou híbridos, fixos ou móveis (TRIVINHO, 2011, p.113).

Trivinho (2011) crê que nossa sociedade, como nenhuma outra, desvaloriza o sujeito per si. É como se somente existir não bastasse, é necessária visibilidade e o reconhecimento alheio. Para ele, há uma cultura em nosso tempo em que é praticamente obrigatório nos relacionarmos por meio de mídias. A existência apenas tem valor se for evidenciada nos e por meio dos media, é como uma lei tácita. O slogan da Internet: “o que não está na internet não existe” poderia ser aqui facilmente modificado por “quem não aparece nas mídias, não existe”.

De acordo com Reis (2011), o sujeito se constrói a partir de uma teia de relações – entrecruzadas com o repertório mediático composto por modelos de sujeito ideal – e se alimenta dessa estrutura por sua necessidade de ter coordenadas existenciais, sinalizadas pela alteridade (que pode ser exercida pelos próprios *media*). Esse *modus operandi* do indivíduo abriga forças de dominação, exercitadas entre sujeitos, e se alimenta de configurações econômicas e socioculturais de época, uma vez que o ambiente é o lugar em que se processa a história psíquica do sujeito. Os receptores buscam as mídias como recurso para o enfrentamento de incertezas e vicissitudes, no plano existencial imediato, e para suportar a impermanência, considerando um horizonte simbolicamente longínquo da existência (REIS, 2012).

A mídia aproveita-se dessa busca, em especial a grande mídia como jornal, televisão, cinema e rádio, nos mostrando em seus produtos o modelo ideal de comportamento e aparência na sociedade pós-moderna, tornando-se um grande “ditador” de condutas e estética. Ela nos mostra, assim, o que considera bom ou ruim, bem ou mal, belo e feio e se torna para os receptores uma grande referência de mundo.

Baudrillard (1991) acredita que a mídia tolhe a subjetividade do indivíduo e procura ditar as regras a todo o momento, como se estivéssemos completamente perdidos. Ao invés de procurar por nós mesmos as ideias e as respostas de como nos portar neste mundo, a mídia nos aparece de forma “amigável” como se dissesse: “Você não sabe se comportar neste mundo sozinho, mas eu sei como você deve ser. Vem aqui que eu te mostro como eu quero que você seja. Não importa se você não quer ser assim, eu sei do que o povo gosta. Se você não me ouvir, vai acabar sendo excluído. Tem certeza que você não vai me ouvir?”. Esta é uma constatação simples, basta abrir uma revista feminina, assistir uma novela ou ir ao cinema para perceber que a mídia dita padrões de beleza e conduta. O estranho, como afirma Bauman (2011), é praticamente extinto do mundo midiático.

Bauman (2011) ainda acrescenta que o twitter, o facebook e a maior visibilidade de pessoas comuns nas mídias representam a réplica das butiques de alta costura no comércio popular: o substituto da igualdade para os destituídos. Aos que estão condenados a comprar nas lojas populares, as redes atenuam as crises da humilhação causada pela falta de acesso às lojas exclusivas. É como se desejássemos a visibilidade das celebridades nas revistas sem nos ser tangível. Assim, criaríamos conta em redes sociais para diminuir a humilhação, o descaso de ninguém se interessar por nossas vidas e começaríamos a publicar coisas muito pessoais sobre nosso dia-a-dia, trabalho e relações amorosas.

Verón (2005) nos lembra que a relação entre a mídia e receptores é marcada por um vínculo complexo. Para o autor, as mídias, enquanto mercado econômico estão submetidas a duas lógicas que até hoje continuam divergentes.

Uma dessas lógicas diz respeito à produção e à conservação no tempo pela mídia de seus receptores, que seriam a função principal do contrato de leitura. Ou seja, ela precisa agradar seu público, aproximar-se dele para conservá-lo.

A outra lógica, diz respeito aos anunciantes: o principal interesse em produzir e cultivar um coletivo de receptores é, obviamente, poder valorizá-lo e vendê-lo a anunciantes. A venda do espaço torna-se, desse modo, a apoteose do processo de valorização da mídia enquanto mercadoria cultural. Logo, de nada adianta colecionar receptores, se não houver o interesse dos anunciantes nessa conservação, uma vez que estes são o principal motivo da existência e sobrevivência da mídia atual.

7.4 Quadro Céu (ou dica) da Semana

O quadro céu da semana é o último quadro apresentado ao final de cada programa. Aqui temos a apresentação do que mais se associa aos horóscopos mediatizados, já bem conhecidos por nós.

Cláudia Lisboa aparece no cenário de apresentação do programa, sentada em uma poltrona moderna, onde faz previsões para a semana. Esta previsão é geral, válida para todas as pessoas de acordo com as mudanças existentes no céu naquele momento, e não uma previsão para cada signo ou o signo tema do dia. É possível constatar estas observações no discurso de Cláudia no programa de Aquário no amor:

Hoje eu vou falar sobre uma data importante para a astrologia. A entrada do sol no signo de Áries, o primeiro signo do zodíaco. Esse evento marca o início do novo ano

astrológico, então nada melhor do que aproveitar a força impulsionadora e o desejo de vencer do signo de Áries para se inspirar, reunir coragem, ousar e ir à luta. É hora de tomar decisões importantes, iniciar novos projetos, mudando o que for preciso para começar um novo ciclo de vida, melhor e mais próspero. E mais uma dica: cuidar da saúde e fazer atividades físicas. (LISBOA, 2012)

Evidenciamos que, mesmo que o tema do programa seja o signo de Aquário, a astróloga ao final fala sobre o próximo signo que entrará “em vigor” durante a semana, pois as datas do programa não se encontram de acordo com as datas dos signos apresentados em si. Para situar os receptores na semana do signo vigente, Cláudia utiliza estas dicas remetendo ao momento atual, independente do signo tema. Por exemplo, o programa onde Cláudia realizou esta dica é de Aquário. Aquarianos nascem do dia 20 de janeiro ao dia 19 de fevereiro, porém o programa foi apenas exibido em março. Para posicionar os receptores no momento atual (março), Cláudia utiliza o quadro céu da semana. Assim, a astróloga faz uma conexão com o momento vivido, independentemente da importância do signo tema do programa, para despertar mais interesse do público, já que os conselhos servem para todos os signos.

A legenda exhibe a validade do conselho de Cláudia e visa garantir que na próxima semana os telespectadores assistam o programa para receber o conselho do período seguinte.

Figura 27 – Cláudia Lisboa no quadro dica da semana



Fonte: NO ASTRAL, 2012.

Interessante é percebermos também que esta etapa do programa é a que mais se assemelha com os horóscopos da mídia, inclusive com o discurso que Cláudia emprega em seu horóscopo no jornal O Globo: “Neste momento, uma forte alegria pode ser experimentada com as iniciativas que têm origem na força que emana do coração. É tempo de confiar no seu desejo e agir de acordo com sua intuição” (O GLOBO, 2012). Este é um trecho do horóscopo

individualizado do jornal para o signo de Áries. Neste trecho, tanto quanto em seu discurso no programa, percebemos a marca da astróloga que emprega em seus conselhos sempre as expressões “É hora de, é tempo de...”. Notamos aqui, aquele locutor um pouco mais soberano e modelo em tudo o que faz, portando-se como guia. Cláudia, no programa, procura fazer isto de uma forma mais sutil, evitando verbos no imperativo como “Realize, faça, comece”, as expressões “é hora” e “é tempo” soam como um convite para o receptor aplicar em si, como se este fosse o momento perfeito para realizar ou mudar algo, mesmo que estas expressões representem ainda um locutor acima do receptor.

Podemos destacar também, que diferentemente do quadro de apresentação, onde Cláudia aparece neste mesmo cenário de pé em um tom mais formal, no quadro céu da semana, a astróloga aparece sentada, reforçando um tom mais íntimo, uma conversa mais a vontade, como se representasse uma velha amiga ou conselheira.

Assim, tanto no jornal quanto no programa, os valores dos meios são valorizados abertamente no discurso de Cláudia, ao contrário de toda a exibição dos quadros antecedentes de *No Astral*. A emissão, anteriormente, tentou repassar valores de forma implícita, se baseando mais nos depoimentos das personagens e sem tentar direcionar o receptor explicitamente em seus discursos que não solicitaram o “façam como eu”, e sim, “tive sucesso fazendo assim, gosto disso, detesto aquilo” e acabaram se tornando modelos de conduta sutis.

Percebemos assim, que o quadro céu da semana é mais próximo aos horóscopos mediatizados tradicionais, porém, ainda assim, sua linguagem se apresenta como mais convidativa do que impositiva.

8. CONCLUSÃO

Este estudo nos possibilitou identificar algumas características nas estratégias de enunciação utilizadas no programa *No Astral* para se aproximar dos receptores. As observações encontradas nas estratégias do programa nos permitiram, em alguns momentos, comparar com as estratégias empregadas pela revista *Lola*. Notamos que *No Astral* há um enfoque mais acentuado no que é vivido no aqui e agora, enfatizando principalmente as experiências e a verdade que as pessoas conseguem nos passar do que as preocupações com o futuro desconhecido, com o que há de vir. Por outro lado, em *Lola* podemos perceber claramente que o horóscopo é voltado para a previsão, o enunciador se mostra como um “guia” soberano que tudo vê e tudo sabe, estando acima do seu receptor.

Em *No Astral* buscam-se modelos mais reais, palpáveis, a fim de atingir e gerar identificação nos receptores com a ideia de que “poderia ser eu ou alguém que eu conheça”. Com o depoimento da vida de cada pessoa é como se todos os valores fossem possíveis, como se o programa “aceitasse” as diferenças entre nós mais do que ditasse normas. Assim, no *Astral* diversifica as personagens, mostrando pessoas parecidas ou muito próximas com as que conhecemos, como por exemplo, casais gays, casais separados, deixando que os modelos de pessoas felizes na sociedade sejam deixados um pouco de lado. Porém, até mesmo estas personagens, estão a serviço do sentido maior que *No Astral* deseja evidenciar, já que em nenhum momento apresentam uma ruptura com os valores da emissora e do programa.

Propõe-se, desse modo em *No Astral*, uma aproximação com o nosso mundo e não a distância da racionalidade, de palavras difíceis, da “aura célebre”, saberes restritos, possibilidades distantes. Porém, nem tudo é permitido na televisão, como vimos com Bourdieu (1997) e Jost (2007), os discursos são pautados e não se pode falar tudo o que pensa. A espontaneidade e normalidade de *No Astral*, seriam, de alguma forma, também “encenadas”, pois as legendas e o discurso de Cláudia Lisboa é editado e dirigido, buscando conduzir nosso olhar a todo o momento.

No Astral nos mostra mais do que diz como deve ser, sem solicitar explicitamente uma mudança de postura. Utiliza estratégias sensíveis, de forma despretensiosa, para servir de modelo de identidade, como padrão a ser seguido, como assinalaram anteriormente Bauman (2003) e Luhmann (2005). Por sua vez a astrologia em *Lola* nos mostra, por meio de palavras no imperativo, como devemos nos comportar e quais os valores que a revista sustenta.

A astrologia se mostra muitas vezes como o pano de fundo do programa, em “segundo plano”, pois a principal função de *No Astral* é mostrar a vida das pessoas e aproximá-las de nosso mundo, sejam célebres ou comuns, apenas pautando as entrevistas pelo signo dos entrevistados e suas características. O quadro céu da semana ao final de cada edição apenas realiza uma previsão superficial e geral, direcionada para todas as pessoas. Se tomarmos a astrologia como o conhecimento que realiza previsões por meio de horóscopos, *No Astral* seria então um simulacro de astrologia com conteúdo transbordando de entretenimento.

Na primeira seção deste estudo, verificamos que a prática da astrologia é complexa, exigindo o estudo matemático da posição dos planetas, das casas astrológicas, dos signos e das influências planetárias em determinado mapa natal de uma pessoa ou empresa, visando prever comportamentos e qualquer tipo de acontecimento.

No Astral simplifica e até mesmo desconsidera este saber, fazendo pouca ou nenhuma menção a este estudo aprofundado que faz parte da astrologia. O espetáculo, como afirmou Debord (1997), pode fazer com que um objeto falso conserve o nome e boa parte da aparência do verdadeiro, mas retire seu conteúdo. O falso pode substituir legalmente o nome do verdadeiro que se extinguiu. É o que acontece com a astrologia em *No Astral*, não se fazem previsões, nem falam em casas astrológicas, horóscopos, influências planetárias. A essência, o que caracterizava a astrologia como tal, foi perdida, apagada, obliterada pelo espetáculo.

O espetáculo de *No Astral* cria a ideia de sociabilidade na busca incessante pelo vivido, testemunhal, na tentativa de reunir o que está separado (os receptores), porém, como diz Debord (1997), os reúne como separados. A sociabilidade criada pelo programa também se apresenta como um simulacro, já que uma comunidade verdadeira não é criada em decorrência do programa. Desliga-se a tevê e a “comunidade” acaba.

Por outro lado, analisando o lado comunicacional da emissão por meio do contrato de leitura, o programa se mostra coerente com o tom e a promessa da emissora, pois utiliza celebridades de um modo palpável e também cumpre o compromisso de linguagem simples e bem-humorada, identificada nos discursos, legendas, vinhetas, figurino e cenário. Em todos os programas hospedados no Youtube que fazem parte do corpus, percebemos que apresentam nenhum ou apenas um único *dislike* contra vários *likes* por parte dos receptores. Esta pequena pista nos mostra que *No Astral* gera um forte laço e reconhecimento com seu público.

A identidade, diferentemente da definição, é construída. As definições informam a uma pessoa quem ela é, as identidades a atraem pelo que ela ainda não é. Desta forma, *No Astral* seduz com seu simulacro de astrologia, pois nos apresenta modelos de identidades

atraentes, a começar pelas celebridades. Buscamos no programa, como tirar melhor proveito das sensações e acabamos nos tornando “coleccionadores de sensações” (BAUMAN, 1998).

Percebe-se também, que neste atual cenário midiático, há uma tentativa de aproximação e de uma certa “espetacularização” da astrologia como estratégia do campo. O programa estabelece com o receptor uma via de mão dupla, em que o telespectador passa a ocupar uma nova posição no contexto discursivo, propõe um lugar para o destinatário. Porém, não podemos esquecer que isto também se trata de uma estratégia de sobrevivência, pois com a grande insurgência e utilização das mídias sociais, os sujeitos passaram a ter um maior poder de “voz” nos meios.

No Astral, assim como as revistas femininas e outras mídias, dita valores instaurados sutilmente a partir de imagens e signos em narrativas que funcionam como um conjunto imaginário de identificação e pertencimento social. O conjunto de imagens/signos da enunciação funcionam como um imaginário de pertença social, em que públicos (principalmente as classes médias) se identificam na partilha do sensível, contribuindo para o debate das exibições enquanto produtoras simbólicas de maneiras de estar e se destacar no mundo (RANCIÈRE, 2005).

No Astral é assim, sobretudo, um retrato de nossa época. De uma sociedade que valoriza extremamente o vivido, tem obsessão pelo testemunhal, exalta o entretenimento, vive de simulacros e busca incessantemente um modelo de identidade que se adeque ao mundo atual, tão fluido e inconstante, onde a única certeza que se tem é que tudo muda a todo instante.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. **As estrelas descem a terra** - A coluna de astrologia do Los Angeles Times: Um estudo sobre a superstição secundária. São Paulo: UNESP, 2008.
- ABOUT, Revista. **Fórmula de sucesso GNT**. Ano XXIII, nº 916, maio de 2012. Disponível em:
<http://www.portaldapropaganda.com/imagens_portal/p1/revista/2012/22/0001/arquivo_revista/about_916.pdf>. Acesso em 21 de set. 2012.
- ABRIL, Revista. **LOLA** 2010. Disponível em:
<<http://www.publiabril.com.br/marcas/lola/revista/informacoes-gerais>>. Acesso em: 12 nov. 2012.
- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? In AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009. p. 24-54
- ARANHA, Maria Lucia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Temas de filosofia**. São Paulo: Moderna, 2008.
- ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Buenos Aires: Fondo de Cultura Economica de Argentina, 2002.
- BASTOS, Aguinaldo; CABRAL, Alexandre Marques; REZENDE, Jonas. **Ontologia da violência**: o enigma da crueldade. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1991.
- BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **A vida para consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2010.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1996.
- BARTHES, Roland. **Le Seuil**. Lisboa: Edições 70, 1976.
- BENJAMIN, Walter. Sobre alguns temas em Baudelaire. **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- BOHRINGER, Siegfried. **Astrologia**: Cosmo e destino. Petrópolis: Vozes, 1992.

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. Paris:1986. In: AMADO, J.;FERREIRA, M.M. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Editora, 1996. p.183-191

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, José Luiz. **Sobre “mediatização” como processo de referência**. São Paulo: 2006.

CASA NOVA, Vera. **Lições de almanaque**: um estudo semiótico. Belo Horizonte: UFMG, 1996.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder** – uma análise da mídia. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Nunca fomos humanos**: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FELINTO, Erick. **Em busca do tempo perdido**: o sequestro da história na cibercultura e os desafios da teoria da mídia *in* Matrizes. São Paulo: ECA/USP, 2011. p. 43-55.

GNT, Site. **Astrologia entra na programação do GNT com a estreia de No Astral**. 17 de março de 2011. Disponível em: < <http://gnt.globo.com/noastral/noticias/Astrologia-entra-na-programacao-do-GNT-com-a-estreia-de--No-Astral--.shtml>>. Acesso em 17 de novembro de 2012.

HABERMAS, Jürgen. **Técnica e ciência como “ideologia”**. Lisboa: Ed. 70, 2006.

HOFFMANN, Linneu. **Astrologia**: Análise de um mito. Rio de Janeiro: Achiamé, 1982.

INSTITUTO OMAR CARDOSO. **A vida de Omar Cardoso**. Disponível em: <<http://www.omarcardoso.com.br/>>. Acesso em: 2 jul. 2012.

JAMESON, Fredric. **A Virada Cultural**: reflexões sobre o pós-moderno. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

KAISER, Millos. **Susan Miller**: a astróloga mais pop do mundo antecipa o que nos aguarda nos próximos anos, 2012 inclusive *in* Revista TRIP, 8 de outubro de 2010. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/revista/193/paginas-negras/susan-miller.html>>. Acesso em 8 de agosto de 2012.

KROTH, Maicon. Midiatização do social: um estudo sobre as estratégias de captura e fidelização do ouvinte. In: BRIGNOL, Liliane et al. (Org.). **Estudo das Mídias**: Tecnologias,

reconfigurações e convergências, Santa Maria, RS: Centro Universitário Franciscano, 2011. p.259-276

LIMA, Marcus. **O “contrato de diversão” do jornal impresso: cruzadas, horóscopo e quadrinhos**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Schwarcz, 2010.

LISBOA, Cláudia. Horóscopo. **O Globo**. Rio de Janeiro, 19 de setembro de 2012.

LOGOS, site. Quadro 1: Semiose, processo de significação. **A semiose**. 2008. Disponível em: <http://courses.logos.it/pls/dictionary/linguistic_resources.cap_2_14?lang=bp>. Acesso em 17 de novembro de 2012.

LOGOS, site. Quadro 2: Triângulo da semiose segundo Peirce. **A semiose**. 2008. Disponível em: <http://courses.logos.it/pls/dictionary/linguistic_resources.cap_2_14?lang=bp>. Acesso em 17 de novembro de 2012.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios**. São Paulo: Paulus, 2005.

MACHADO, Arlindo; VELEZ, Marta Lúcia. **Questões metodológicas relacionadas com a análise da televisão** in Revista e-compós, volume 8, 2007. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/123/124..> Acesso em: 12 out. 2012.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MARX, Karl. **O capital**. São Paulo: Edipro, 2008.

MATA, Maria Cristina. Radios y públicos populares. **Revista Diálogos de La comunicación**, Lima, n.19,1998.

MATOS, Olgária. **Adivinhas do tempo: êxtase e revolução**. São Paulo: Aderaldo & Rothschild, 2008.

MILLER, Susan. Horóscopo de libra in **Revista Lola**. Ano 1. Número 12. Setembro de 2011. p. 90-95.

MILLER, Susan. **Horóscopo de Aquário**. Disponível em: <http://astrologyzone.com/forecasts/monthly/aquarius_full.php> . Acesso em: 12 set. 2012. p.110-115.

MILLER, Susan. **Planetas e Possibilidades**. Rio de Janeiro: Bestseller, 2011.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessário à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, 2011.

NO ASTRAL, Site. **Sobre Cláudia Lisboa**. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/noastral/sobre/Claudia-Lisboa.shtml>>. Acesso em: 15 out. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Aquário no amor**. 18 de março de 2012. Youtube, 31 de março de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Ql40JhsVc6Q>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Áries no amor**. 8 de janeiro de 2012. Youtube, 8 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=WFJsn7luuKI>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Câncer no amor**. 29 de janeiro de 2012. Youtube, 20 de fevereiro de 2012. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=JflN6rxVXxg>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Capricórnio no trabalho**. 9 de setembro de 2012. Youtube, 10 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=Q1o0yfb_NiU>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Gêmeos no amor**. 22 de janeiro de 2012. Youtube, 20 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=JflN6rxVXxg>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Escorpião no amor**. 26 de fevereiro de 2012. Youtube, 28 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 1: Animação quadro apresentação. **Libra no amor**, 19 de fevereiro de 2012. Youtube, 22 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 2: Cláudia Lisboa quadro apresentação série amor. **Libra no amor**, 19 de fevereiro de 2012. Youtube, 22 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 3: Cláudia Lisboa quadro apresentação série trabalho. **Leão no trabalho**. 5 de agosto de 2012. Youtube, 11 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8X2ZIOm-w6E>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 4: Cláudia Lisboa quadro apresentação série trabalho. **Leão no trabalho**. 5 de agosto de 2012. Youtube, 11 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8X2ZIOm-w6E>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 5: Laura Malin entrevista no quadro parceria. **Touro no amor**. 15 de janeiro de 2012. Youtube, 24 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=TM3HBaZaTAQ>>. Acesso em: 16 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 6: Danton Mello entrevista no quadro parceria. **Touro no amor**. 15 de janeiro de 2012. Youtube, 24 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=TM3HBaZaTAQ>>. Acesso em: 16 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 7: Luciana Esteves no quadro parceria. **Libra no amor**. 19 de fevereiro de 2012. Youtube, 22 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 8: Bruno Flora no quadro parceria. **Libra no amor**. 19 de fevereiro de 2012. Youtube, 22 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 9: Cena entre Bruno Flora e Luciana Esteve. **Libra no amor**. 19 de fevereiro de 2012. Youtube, 22 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 10: Cena entre Bruno Flora e Luciana Esteve. **Libra no amor**. 19 de fevereiro de 2012. Youtube, 22 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 11: Aline Tassar entrevista no quadro parceria. **Virgem no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 12: Audrei Schmitz no quadro parceria. **Virgem no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 13: Cena Aline Tassar no quadro parceria. **Virgem no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 14: Entrevista Simone Resende no quadro parceria. **Sagitário no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 13 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 15: Meritxell Almazara no quadro parceria. **Sagitário no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 16: Cláudia Lisboa no estúdio de apresentação. **Virgem no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 17: Diretora de *No Astral*, Patrícia Lopes na gravação do quadro parceria. **Site GNT**. 17 de março de 2011. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/noastral/fotos/No-Astral--confira-as-fotos-do-novo-programa.shtml>>. Acesso em: 16 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 18: Entrevista Ed Motta no quadro celebridades. **Leão no trabalho**. 5 de agosto de 2012. Youtube, 11 de agosto de 2012. disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8X2ZIOm-w6E>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 19: Entrevista Deco no quadro celebridades. **Virgem no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 20: Deborah Secco entrevista no quadro celebridades. **Sagitário no trabalho**. 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 21: Capa da Revista Lola de Agosto de 2011. **Editores Abril 2011**. Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br/revistas/lola/edicoes/>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 22: Entrevista Marisa Orth. **Por que o amor?** 1 de janeiro de 2012. Youtube, 15 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=vlQRLZLqWMS>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 23: Personagem quadro anônimos. **Aquário no amor**. 18 de março de 2012. Youtube, 31 de março de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Ql40JhsVc6Q>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 24: Personagem quadro anônimos. **Escorpião no amor**. 26 de fevereiro de 2012. Youtube, 28 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 25: Personagem quadro anônimos. **Peixes no amor**. 25 de março de 2012. Youtube, 1 de abril de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xmrFmizd6CQ>> . Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 26: Personagem quadro anônimos. **Touro no amor**. 15 de janeiro de 2012. Youtube, 24 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=TM3HBaZaTAQ>>. Acesso em: 14 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. Figura 27: Cláudia Lisboa quadro dica (ou céu) da semana. **Aquário no amor**. 18 de março de 2012. Youtube, 31 de março de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Ql40JhsVc6Q>>. Acesso em: 17 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Leão no trabalho**. 5 de agosto de 2012. Youtube, 11 de agosto de 2012. disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8X2ZIOm-w6E>>. Acesso em: 17 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Libra no amor**. 19 de fevereiro de 2012. Youtube, 22 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-7aflj-Xpvg>>. Acesso em: 17 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Peixes no amor**. 25 de março de 2012. Youtube, 1 de abril de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xmrFmizd6CQ>> . Acesso em: 17 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Por que o amor?** 1 de janeiro de 2012. Youtube, 15 de fevereiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=vlQRLZLqWMs>>. Acesso em: 17 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Sagitário no trabalho.** 2 de setembro de 2012. Youtube, 9 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=8EMmubD_2yE>. Acesso em: 17 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Touro no amor.** 15 de janeiro de 2012. Youtube, 24 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=TM3HBaZaTAQ>>. Acesso em: 17 nov. 2012.

NO ASTRAL, Vídeo. **Virgem no trabalho.** 12 de agosto de 2012. Youtube, 15 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=4QL6rlAwcBw>>. Acesso em: 17 nov. 2012.

NOVAES, Tereza. **Mundo não acaba em 2012, diz a astróloga Susan Miller.** Site UOL. 9 ago 2011. Disponível em <<http://f5.folha.uol.com.br/humanos/956446-mundo-nao-acaba-em-2012-diz-astrologa-susan-miller.shtml>>. Acesso em: 21 set. 2012.

PAES, Juliana. **Entrevista No Astral.** Youtube, 30 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=HpMk-APmqQg>>. Acesso em: 15 set. 2012.

PEIRCE, C.S. **Semiótica.** São Paulo: Perspectiva, 2000.

PINTO, Julio. A propósito do som. In: MARTINS, Fabio (Org.). **Rádio em Revista.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007. p. 20-25

PINTO, Julio. **Logos Sensorial:** tempo e sensação na contemporaneidade. Trabalho apresentado na Conferência na Universidade Federal da Bahia, Salvador: 2010.

RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível:** estética e política. São Paulo: Exo Experimental, 2005.

REIS, Angela. **Sujeito e discurso da racionalidade técnica na sociedade mediática in** Revista e-compós, volume 15, 2012. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/747>>. Acesso em: 14 ago. 2012. p.1-15

ROCHA, Sibila. Temáticas femininas: o jornalismo participativo nas revistas de afeto In: BRIGNOL, Liliane; GHISLENI, Taís; MORAES, Ana Luiza; ROCHA, Sibila (Org.). **Estudo das Mídias:** tecnologias, reconfigurações e convergências, Santa Maria, RS: Centro Universitário Franciscano, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **A Teoria Geral dos Signos:** como as linguagens significam coisas. São Paulo: Thomson Pioneira, 2000.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

SERELLE, Márcio. **A narrativa em sedição**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Cultura das mídias”, do XIX Encontro da Compós, na PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, junho de 2010.

SCOLARI, Carlos Alberto. A construção de mundo possíveis se tornou um processo coletivo *in* **Matrizes**/Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. São Paulo: ECA/USP, 2011. p. 127-136

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. O ethos midiaticizado, *in* SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

STIERLIN, Henri. **L’Astrologie et le pouvoir**. Paris: Payot, 1986.

TELEVISUAL. **Identidade: GNT [Rebrand]**. 31 de março de 2011. Disponível em: <<http://blogtelevisual.com/identidade-gnt-rebrand-2011>>. Acesso em: 05 nov. 2012.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: SENAC, 2003.

TRIVINHO, Eugênio. Visibilidade mediática, melancolia do único e violência na cibercultura *in* **Matrizes**/Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. São Paulo: ECA, 2011. p. 111-125.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2005.

WEBER, Max. **A ética protestante e o “espírito do capitalismo”**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

DEFINIÇÃO de Hype. Wikipedia. 15 out. 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hype>>. Acesso em: 21 nov. 2012.