

## Comunicação, Consumo e Novas Espiritualidades<sup>1</sup>

Catarine Beatriz Rabelo Alves LIMA<sup>2</sup>

Andrey Albuquerque MENDONÇA<sup>3</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM SP  
Universidade Metodista de São Paulo – UMESP

### RESUMO

Neste artigo procuramos entender a forma de mercantilização da astrologia nos dias atuais, interpretando como ela está inserida no contexto das novas espiritualidades sendo ofertada como produto. Na pós-modernidade, que teve como uma de suas principais consequências o surgimento de novas formas religiosas, estas entraram no cenário através da desconstrução das religiões tradicionais, impulsionando o início da Nova Era, movimento oriundo de diversas frentes da sociedade, sendo elas: religiosa, cultural, musical, política etc., que moldam e se modelam, ao mesmo tempo, aos caprichos da sociedade individualista contemporânea. Desta feita, pretendemos utilizar o caso do projeto invertisa, criado por Isabella Mezzadri, como objeto de análise da conjuntura atual entre astrologia e consumo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Consumo; Novas Espiritualidades; Astrologia.

### INTRODUÇÃO

A identidade cultural na pós-modernidade é pautada por um novo indivíduo, esse que já foi o sujeito do Iluminismo, em que se encontrava baseado em concepções voltadas para a razão e consciência, transitou pelo sujeito sociológico, em que refletia a crescente complexidade do mundo moderno e tinha a consciência que o homem não poderia ser autônomo e autossuficiente, uma vez que era formado por relações com outras pessoas as quais eram importantes para ele, e agora modificado cultural e sociologicamente, tornou-se o homem pós-moderno, esse que argumenta mudanças sociais e não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente pois a identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 2011).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social pela ESPM-SP em 2018, e-mail: [catarinebeatriz@uol.com.br](mailto:catarinebeatriz@uol.com.br)

<sup>3</sup> Orientador da pesquisa, doutorando em Comunicação Social pela UMESP-SP e Professor da ESPM-SP, e-mail: [andremendonca@yahoo.com.br](mailto:andremendonca@yahoo.com.br)

---

O caráter social moderno é de extrema inconstância e modificação, uma vez que o homem pós-moderno se modifica de acordo com os acontecimentos culturais e sociológicos que o circundam. Essa afirmação fica clara na seguinte citação de Marx a respeito da modernidade:

[...] é o permanente revolucionar da produção, o abalar ininterrupto de todas as condições sociais, a incerteza e o movimento eternos. Todas as relações fixas e congeladas, com seu cortejo de vetustas representações e concepções, são dissolvidas, todas as relações recém-formadas envelhecem antes de poderem ossificar-se. Tudo que é sólido desmancha no ar. (HALL, 2011).

Sendo assim, buscando a compreensão da grande mudança social apresentada na pós-modernidade, temos que essa é definida por mudanças constantes, rápidas e permanentes. Enquanto as sociedades tradicionais vividas anteriormente, são marcadas por símbolos, tradições e práticas sociais repetitivas. Anthony Giddens argumenta que:

[...] nas sociedades tradicionais, o passado é venerado e os símbolos são valorizados porque contêm e perpetuam a experiência de gerações. A tradição é um meio de lidar com o tempo e o espaço, inserindo qualquer atividade ou experiência particular na continuidade do passado, presente e futuro, os quais, por sua vez, são estruturados por práticas sociais recorrentes (HALL, 2011).

Baseado nessa compreensão das novas atitudes do indivíduo frente às tradições religiosas, entramos no contexto da Astrologia, nosso foco de estudo. A Astrologia ocupa lugar central no sistema de crenças e práticas da Nova Era. Um dos princípios básicos da Nova Era é o da subjetivação da religião. Que está ancorada na perspectiva de uma psicologia do inconsciente relacionada à astrologia, também chamada de astrologia psicológica. Outro fator a ser ressaltado é o da astrologia ter se popularizado antes mesmo da Nova Era e ser utilizada por esta como uma porta de entrada no mundo do esoterismo (GUERRIERO, 2016, p.219).

Nosso objetivo fundamental é entender como a Astrologia está inserida na sociedade de consumo e como os meios de comunicação especializados utilizam o meio digital para conquistar consumidores de conteúdo. Para isso, iremos analisar o cotidiano da Isabella Mezzadri que tornou a astrologia em um conteúdo a ser consumido através das redes sociais utilizando as práticas das novas espiritualidades. Dessa forma, pode-se afirmar que a astrologia e as novas espiritualidades possuem maior aderência com o

---

universo digital. Um exemplo dessa contextualização é o projeto Invertisa, criado pela Isabella Mezzadri, que abrange diversas áreas das práticas da Nova Era.

## **PRESSUPOSTOS METATEÓRICOS**

Ao adentrar nesses novos pontos de vista a respeito do homem moderno, utilizamos como base o livro “O Fim da História e o Último Homem”, de Francis Fukuyama, que foi escrito no começo da década de 1990, em uma época em que o mundo atravessava uma série crise ideológica provinda das grandes mudanças sociais da pós-modernidade. No livro, o autor trabalha constantemente essa ideia do fim da História, em que esse uns conhecimentos e percepções diante de uma mudança sociológica a qual o homem estaria caminhando para o seu último estágio de avanço econômico e Fukuyama acredita que ao atingi-lo, ocorreria o fim do desenvolvimento dos princípios e das instituições básicas, pois todas as questões realmente importantes estariam resolvidas. Segundo o autor, “a democracia liberal continuaria como a única aspiração política recorrente que constitui o ponto de união entre regiões e cultura diversas no mundo todo” (FUKUYAMA, 1992, p.12).

Com essa nova percepção, temos uma nova esfera histórica que abrange todos os pilares de uma nova sociedade, ou seja, pode-se concluir que a pós-modernidade abrangeu mudanças de cunho social, cultural, político, econômico e religioso. O homem teve de se adaptar com as novas formas de trabalho, uma vez que parte de seu trabalho manual foi substituído por máquinas. Posteriormente, se deparou com uma crise ideológica a qual surgiu com a mudança filosófica do saber e da verdade, essa que extinguiu toda e qualquer afirmação antes proclamada pelas grandes instituições, e por fim, o indivíduo passou a caminhar para o seu último estágio de avanço econômico, citado por Fukuyama, o qual surgiu através da autonomia pessoal e democracia criadas, uma vez que o indivíduo passou a ser guiado pelas suas próprias verdades e não mais apenas por fatores externos.

A partir dessa nova identidade pode-se dizer que a época moderna fez surgir uma forma nova e decisiva de individualismo, no centro da qual erigiu-se uma nova concepção do sujeito individual e sua identidade. Isto não significa que nos tempos pré-modernos as pessoas não eram indivíduos, mas que a individualidade era tanto “vívda” quanto “conceitualizada” de forma diferente. As transformações associadas à modernidade

---

libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas. (HALL, 1992, p.25).

Antes acreditava-se que essas grandes estruturas eram perfeitamente estabelecidas e por isso não estavam sujeitas a passarem por mudanças fundamentais. Porém, inserido nesse contexto, o homem teve de buscar qual seria sua nova forma de mostrar-se ao mundo, uma vez que todas suas maneiras de destaque sociais foram modificadas. Sendo assim, iniciamos uma era a qual o status e a posição de uma pessoa na “grande cadeia do ser” torna o indivíduo soberano. Foi essa posição do homem que Fukuyama descreveu como “O Último” - o qual está diretamente ligado ao último estágio de avanço social da espécie - trazendo uma nova sociedade como um todo que caminha cada vez mais para a satisfação pessoal através da necessidade de reconhecimento. Para o autor, seria, então, essa vontade de reconhecimento que faria o homem evoluir social e tecnologicamente no universo pós-moderno, uma vez que estaríamos chegando no último estágio de avanço econômico.

O desejo de reconhecimento pode parecer, a princípio, um conceito pouco familiar, mas é tão antigo quanto a tradição da filosofia política ocidental, e constitui uma parte bem conhecida da personalidade humana. Foi descrito pela primeira vez por Platão na República quando afirmou que a alma tem três partes: a parte do desejo, a parte racional e uma parte que ele chamou de *thymos* ou “espírito”. Muito do comportamento humano pode ser explicado como uma combinação das duas primeiras partes, desejo e razão. O desejo leva o homem a procurar coisas fora dele mesmo, enquanto a razão ou o cálculo mostra o melhor modo de consegui-las. Porém, além disso, os seres humanos procuram o reconhecimento do próprio valor, ou das pessoas, das coisas ou dos princípios por eles investidos de valor. A tendência para investir o próprio eu de um certo valor, e exigir o reconhecimento desse valor, é o que na linguagem popular hoje chamamos de “autoestima”. (FUKUYAMA, 1992, p.18)

Com base na citação de Fukuyama, percebemos que no mundo pós-moderno, autoestima está diretamente ligada ao reconhecimento social que esse indivíduo possui. Portanto, voltando ao que foi dito anteriormente, é necessário ter a clareza de que não se vive mais o mundo marcado por fortes estruturas sociais, fortes instituições, pela figura de Deus como o grande castigador e detentor do poder, de leis eternas e imutáveis, pois a pós-modernidade nos trouxe uma era a qual o homem tornou-se o centro e o referencial único.

## **NOVAS ESPIRITUALIDADES NA CONTEMPORANEIDADE**

Através desse novo contexto, o qual deixamos de ter uma sociedade seguidora de doutrinas, crenças e ideologias, e passamos a compreender o homem como detentor de seu próprio credo, começamos a caminhar para a compreensão de um futuro religioso o qual engloba a constituição de religiões individuais instituídas pelo próprio indivíduo e celebrada por conta própria (GUERRIERO, 2011, p.30). Dessa forma, conclui-se que Deus, para o homem pós-moderno, deixou de ser transcendente, para tornar-se imanente, ou seja, Ele está dentro do próprio ser, permanecendo no âmbito da experiência possível e real, diferentemente de como se pregavam igrejas, onde Deus era um ser distante e para alcançá-lo o homem teria que passar por diversos obstáculos ao longo de sua vida.

Dentro desse novo cenário pautado na pós-modernidade, as novas espiritualidades encontraram nesse momento histórico um espaço para desenvolverem-se. Neste artigo utilizaremos o termo Novas Espiritualidades como uma manifestação religiosa possível na sociedade atual, de acordo com o pensamento do autor Hanegraaff. Dessa forma, quando trata-se de manifestação religiosa para designar as novas espiritualidades, estamos levando em consideração o novo posicionamento sobre religião feito por Durkheim, que engloba a constituição de religiões individuais instituídas pelo próprio indivíduo e celebrada por conta própria (GUERRIERO, 2011, p.30).

Uma das características mais fortes das novas espiritualidades é a centralidade do indivíduo, uma verdadeira religião de self. A percepção de que a divindade encontra-se no interior do sujeito levou a uma desconfiança e uma ruptura com os modelos tradicionais centrados na instituição, notadamente as formas eclesiais tradicionais. Para alguns, a velha dicotomia entre seita e igreja estaria com seus dias contados, pois o que efervescia, agora, seria uma religião do tipo mística (GUERRIERO, 2009, p.5).

Antes de nos aprofundarmos nas Novas Espiritualidades e as mudanças que essas permanecem causando nos âmbitos social, identitário e religioso, é necessário compreender que as Novas Espiritualidades encontraram o momento para desenvolverem-se dentro da convergência histórica da pós-modernidade e da Nova Era. Um dos cenários incluído na Nova Era é esse que abrange a nova concepção de Deus, acionada pelos grandes questionamentos do homem sobre a vida, a sociedade e si mesmo. A Nova Era, para Hanegraaff, é um exemplo de espiritualidade que surge a partir de uma

---

sociedade secular pluralista. Essa secularização pode ser percebida na medida em que as espiritualidades, cada vez mais autônomas e desvinculadas de uma religião, estão em confronto com as religiões instituídas. Esse confronto significa a competição através da formulação de novas sínteses que fornecem a possibilidade dos indivíduos manterem contato com um quadro metaempírico mais geral de significados. (GUERRIERO, 2011, p. 5)

As Novas Espiritualidades só passaram a ganhar força dentro do contexto da Nova Era a partir do momento em que o homem se vê como plano central da existência, abandonando as grandes explicações sobre o mundo, sobre a história, sobre a vida e o futuro, para assim, iniciar sua própria busca do saber. Essa autonomia é confirmada na medida que os seguidores da Nova Era não autorizam que outros digam a eles o que devem ou não acreditar. Esses indivíduos partem do princípio, e este pode ser entendido como o centro simbólico da Nova Era, que o self sofre um processo de evolução espiritual ilimitada por meio da qual aprende com suas experiências nas mais diversas combinações realizadas pelo próprio indivíduo (GUERRIERO, 2011, p.5). Sendo assim, entramos em um momento histórico o qual ele passa a realizar diversos questionamentos a respeito de sua própria identidade a fim de ser reconhecido pelo seu próprio valor.

Com isso, adentramos no contexto de secularização, que é considerado uma das marcas registradas do homem pós-moderno. Neste trabalho iremos utilizar o termo secularização de acordo com o autor Marx Weber. Ele refere-se a esse fenômeno como “o processo de desencantamento do mundo”, e apoia que esse ocorreu em virtude do novo ordenamento socioeconômico construído no sistema capitalista. Dessa forma, a maneira da racionalidade tornou-se a principal forma de interferir nas ações do sujeito desse sistema, e com o tempo também ganhou espaço nas demais relações dos indivíduos. Isso tudo faz sentido através do fato que antes da pós-modernidade, tínhamos o indivíduo com suas crenças definidas e verdades imutáveis, e ao passar pela transição moderna, esse gradualmente vai abandonando seus costumes e crenças baseadas em tradições as quais se apoiavam em ideias fixas da religião e das grandes narrativas. O processo de secularização, portanto, se dá não pela extinção Divina e das formas religiosas, mas sim, por uma nova forma de enxergar a realidade a qual o homem é o próprio centro e todas as respostas são marcadas diante de suas próprias experiências, necessidades e desejos.

Neste novo deserto da consciência humana, a evolução industrial e as ações mercadológicas encontraram solo fértil para se desenvolverem. Diante delas havia um

---

potencial e vasto mercado consumidor, seres humanos ávidos por algum conteúdo que lhes fornecesse sentido para o viver. Tem início, pois, a corrida desenfreada pelo consumo, a filosofia do “ter para ser”, a idolatria do mercado. Paralelamente, o avanço dos meios de comunicação permitiu ao mundo ocidental acessar o universo oriental, marcadamente místico e pitoresco. Tradições e filosofias do budismo, hinduísmo, xamanismo, druidismo, yoga, hermetismo e tantas outras saltaram aos olhos dos novos consumidores, que enxergaram, nestes conhecimentos, uma possibilidade de resinificarem sua existência. (BIRCHAL, 2006, p.99)

Ao entender esse poder que o indivíduo passou a ter frente à religião, percebe-se que os indivíduos passaram a compor seus próprios sistemas religiosos de acordo com as suas necessidades e preferências pessoais, tornando as atuais atitudes dos indivíduos idiossincráticas frente às tradições religiosas. A atitude “idiossincrática<sup>4</sup>”, sintetiza de certa forma uma manifestação extremada de autonomia individual ligada à destradicionalização religiosa, pois com ela já não se trata de escolher a que tradição religiosa se filiar e como permitir que ela interfira na vida do indivíduo e sim escolher quais elementos de uma ou de mais tradições são válidos e úteis para o indivíduo e se harmonizam com sua personalidade ou temperamento religioso. Nesse processo as tradições tendem a não ser percebidas pelos indivíduos como unidades indecomponíveis, mas, sim, como espécie de depósitos de onde é possível retirar “peças” sem que se precise levar tudo, o “kit” completo (JUNGBLUT, 2009, p.256).

Ao passo que a secularização trouxe o desencantamento do mundo, a humanidade, através das novas espiritualidades dá início a uma tentativa de ressacralizar<sup>5</sup> a vida, construindo uma nova verdade a partir do subjetivismo religioso. Dessa forma, surge o movimento Nova Era, trazendo consigo um reencantamento do mundo que se dá em grande parte através do mercado de consumo. Leila Amaral sustenta essa ideia ao afirmar que:

[...] os indivíduos, com suas convicções e crenças, recorrem a um mercado de bens simbólicos, os centros holísticos, para satisfazer suas necessidades pessoais. Uma atitude pragmática de aproveitar o aproveitável para atingir fins particulares, sejam eles materiais – saúde,

---

<sup>4</sup> Variação do termo idiossincrático que é um adjetivo que se refere à idiossincrasia, que é a maneira de ver, de sentir e de reagir, própria de cada pessoa. É uma forma incomum de se portar perante a sociedade. Disponível em:

<<https://www.significados.com.br/idiossincratico/>> Acesso em: 12/11/2017

<sup>5</sup> Ressacralizar no sentido literal significa tornar algo sagrado de novo. (PEREIRA, 1988)

---

prosperidade – ou espirituais – de enriquecimento e fortalecimento interior, através da afirmação positiva do verdadeiro eu. (2000)

Pelo fato do movimento Nova Era ter surgido dentro de uma sociedade secular pluralista, essa a qual o indivíduo não se sujeita a seguir doutrinas a fim dele mesmo buscar seu próprio saber, temos nela uma releitura do esoterismo ocidental. A Nova Era entende por esoterismo tudo aquilo que está no interior do indivíduo, ainda de forma oculta, e que é passível de ser desvendado e alcançado mediante práticas, procedimentos e estudos, cabendo ao indivíduo a tarefa de descoberta. Ao contrário de se referir a uma tradição histórica, passou a significar um tipo de religião que tem sua base em elementos subjetivos focados na experiência interior (HANEGRAAF, 1996).

O termo esotérico abrange muitas teorias, para Madame Blavatsky, pensadora do movimento esotérico do século XIX, o esoterismo indicava um conhecimento interior, uma espécie de doutrina secreta somente acessível aos iniciados. Porém, essa fama ocultista, serviu mais como uma maneira de valorização do conhecimento na época do que como restrição de acesso. Um terceiro ponto de vista a respeito de esoterismo é o do estudioso Antoine Faivre que diz: o esoterismo pode ser definido como uma forma de pensamento com a qual a realidade é concebida de uma maneira específica (1994). Muitas vezes os termos esoterismo e ocultismo são utilizados como sinônimos, principalmente no universo da Nova Era, porém a grande diferença desses está na prática. Enquanto o esoterismo é visto como forma de pensamento, o ocultismo é um conjunto de práticas para colocar esse em ação.

Para Faivre (1994), existem quatro elementos fundamentais que caracterizam o esoterismo. A correspondência, onde há uma interdependência universal entre o todo e as partes. A natureza, a qual pode ser lida como um livro pois é rica em revelações de todos os tipos. Dentro dessa natureza, não participam apenas as coisas empíricas e objetivas, mas também os elementos espirituais e subjetivos. A terceira característica se trata da imaginação e mediações. O uso de mediações como rituais, signos e imagens permite os participantes alcançarem um conhecimento absoluto. E por fim, temos a transmutação, a qual permite o indivíduo ir além da espiritualidade, realizando uma modificação profunda no indivíduo.

Diante desse contexto, a astrologia possui um papel importante dentro do movimento Nova Era, uma vez que um dos princípios básicos desse movimento é a psicologização da religião, que é explicada através do novo comportamento do homem,



citado anteriormente, visando buscar seu próprio “eu superior” por experiências e autoconhecimento. Outro papel importante que a astrologia possui dentro do movimento Nova Era é o fato da astrologia, que foi popularizada antes mesmo do movimento, ter servido como porta de entrada no mundo do esoterismo. A Nova Era também é conhecida como uma variação do termo Era de Aquário, utilizado principalmente nos anos 1960 e 1970. Esse termo foi designado para essa passagem histórica devido ao significado da palavra Aquário no universo astrológico e que tem como palavra-chave “universalismo” e, como habilidade, “um intelecto superior, preparado para os conhecimentos transcendentais”; a “nota básica de Aquário é a visão de futuro”; tem tendência a amar a humanidade; é inclinado ao “amor universal”; é cheio de fé, mas não aceita dogmas”; sua função é estabelecer relações entre o humano e o Divino” (LUPI, 2010, p.367). Numa perspectiva astrológica, as grandes eras estão relacionadas à inclinação do eixo terrestre em relação aos signos zodiacais. A cada dois mil anos, aproximadamente, o planeta entra numa Nova Era, regida por um novo signo. A Era de Aquário é o momento de resgate da antiga sabedoria e da união entre a tecnologia e espiritualidade. Os seguidores da astrologia acreditam que esse momento propicia a harmonização, a paz e o crescimento espiritual (GUERRIERO, 2016, p.219).

## **O PROJETO INVERTISA: ASTROLOGIA E CONSUMO**

A aplicação da astrologia se dá no mundo contemporâneo uma vez que essa pode ser utilizada como objeto de autoconhecimento devido a todas as ferramentas que proporciona para o homem moderno buscar as respostas de seus questionamentos internos. Atualmente, grande parte das ferramentas astrológicas utilizadas encontram-se no universo do ciberespaço, esse que é uma verdadeira “tecnologia do eu” ao disponibilizar uma interminável fonte de material de confrontação identitária, onde qualquer posicionamento pode ser defendido e/ou contestado, seria o espaço mais apropriado possível na atualidade para as permanentes experiências de construções e reconstruções do eu contemporâneo (ADAMI; JUNGBLUT, 2009, p.257).

A partir desse fato, percebe-se uma característica pós-moderna que engloba a comercialização do saber, em que esse passa a ser produzido para ser vendido e consumido posteriormente, e através dessa interação entre produtor e consumidor, há uma nova incrementação da informação, a qual os indivíduos deixam de valorizar pequenos

---

discursos e passam a reconhecer o saber quando esse é transmitido para um grande número de pessoas.

Isabella Mezzadri se formou no curso de Publicidade e Propaganda pela Universidade de São Paulo no início de 2017 e apesar dos seus 23 anos, seu cotidiano no trabalho já havia passado por diversas transformações, e sua carreira no mundo da publicidade estava tomando um novo rumo, agora imerso no universo da Nova Era.

Em Dezembro de 2013, ela criou seu perfil público na rede social Instagram, que inaugurou com o username Invertisa, nome criado através da composição do nome Isabella e a posição Invertida da Yoga. Sua primeira página teve como objetivo inicial e principal a demonstração de asanas da prática da Yoga – esporte praticado por ela desde os 10 anos –, incentivo à prática e união entre esporte e natureza. O contexto de seu perfil surgiu numa fase a qual Isabella não estava satisfeita com a sua vida pessoal e profissional, que a fez buscar o autoconhecimento e instigou a criar algo que a fizesse ir além do cotidiano, estudar e trabalhar. Foram nessas circunstâncias que surgiu o perfil @invertisa no Instagram, voltado para a descoberta de sua felicidade, que também incentivava as pessoas a estarem conectadas com a natureza, buscando um propósito de vida e mostrando que é possível conciliar o dia a dia com atividades que dão prazer. No dia cinco de dezembro de 2014, Isabella fez sua primeira postagem na rede social com o seguinte discurso:

Criei esse instagram com o objetivo de compartilhar a positividade, seja com posturas de yoga, natureza ou esportes radicais – minhas paixões; esses dias parei para perceber que passamos muito tempo fazendo coisas em que não acreditamos de verdade – como por exemplo no trabalho -, mas a vida é curta demais para não fazermos o que amamos. Essa insta terá tanto o objetivo de me ajudar a me encontrar e ver o mundo de uma nova maneira, como também inspirar aqueles que me seguirem a serem felizes, sempre em paz consigo mesmos. Meu lema agora é: troquei minha antiga vida por uma invertida, e agora vejo tudo sob uma nova perspectiva. (@invertisa, 2014)

Analisando o universo de redes sociais e influenciadores digitais, nota-se que o dia a dia é exposto, porém, há uma seleção do que se deseja mostrar e contar ao “mundo”. É por esse e por outros motivos que, muitas vezes, o conteúdo exposto através desse meio de comunicação deixa de ser genuíno, pois é algo que foi editado antes de ser postado. Mas, ao analisar a produção de conteúdo feita para o perfil @invertisa, escrito por Isabella Mezzadri, notou-se uma inversão de papéis impulsionada por elementos da Nova Era que determinam um novo contexto, a saber as Novas Espiritualidades.

---

Estas são divulgadas por meios de comunicação e são provenientes do próprio ser humano, excluindo a antiga crença limitante da existência de “um só Deus”. Como foi dito no primeiro capítulo, a base comum da Nova Era, aquilo que consiste em seu universo de crenças e símbolos, não é de uma religião existente, mas a de muitos sistemas simbólicos provenientes de várias fontes e reconfigurados por meio da veiculação dos meios de comunicação. (GUERRIERO, 2011)

Com a sua visibilidade e notoriedade no universo da Astrologia, as marcas começaram a se interessar em fazer parcerias com Isabella ligadas a esse universo. Esse fato vem nos reforçar que a indústria do consumo busca se inserir nos meios que estão crescendo e a partir disso procura gerar necessidade de compra para seus potenciais consumidores.

No final de 2017, Isabella surpreendeu seus seguidores ao trocar o username de sua plataforma no Instagram. De @invertisa passou a se chamar @isabellamezzadri, e o discurso utilizado por ela foi que Invertisa não passava de um projeto de vida que se iniciou através da Yoga e se desenvolveu com práticas saudáveis e Astrologia. Mas a partir de uma compreensão melhor sobre si, sobre seus projetos pessoais e profissionais, ela conseguiu identificar que não era a Invertisa, como ficou conhecida, mas sim, que nunca deixara de ser Isabella. Após essa mudança, houve o seu maior lançamento mercadológico feito até então: uma linha exclusiva de acessórios de luxo conectados com Astrologia e cristais, assinada por ela.

Esse marco se conecta de forma fluída e congruente com o nosso estudo, uma vez que nos apresenta uma esfera da pós-modernidade de fragilidade entre as personalidades vividas por uma só pessoa, até o ponto que fica difícil para nós, pesquisadores, conseguirmos delimitar onde termina a pessoa e onde começa a marca. A partir desse cenário, podemos observar que Isabella deixou de fabricar uma marca, no caso, o projeto Invertisa, para que ela mesma se tornasse um símbolo. É possível notar que assim como na vida real, o mundo digital apresenta a fragilidade das fronteiras criadas, ou seja, por mais que desde o início, Isabella buscou criar diferenças entre ela, sua marca e seus projetos, com o tempo tudo foi se unindo e mostrando que sempre haverá uma junção entre aquilo que ela fala, aquilo que ela faz e de quem ela é.

Apoiados nesse fato, apresentamos o fechamento do ciclo entre comunicação, consumo e religião, pautado pela separação e concomitantemente junção das personalidades Invertisa e Isabella Mezzadri que utilizou o seu conhecimento, o

---

transformou em conteúdo para no fim, se tornar um produto. É importante ressaltar que essas três dimensões, comunicação, consumo e religião estão englobadas na vida pública e hiperconectada que Isabella construiu dentro das bases da Nova Era no universo pós-moderno, e ao longo de suas experiências, essas dimensões se fundem e se materializam nos diversos produtos e serviços que ela passa a oferecer.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Dessa forma, consideramos que a religião é socialmente eficaz quando seus esquemas de pensamento se inscrevem nas consciências individuais e nelas se incorporam como se naturais fossem transformando-se então em hábitos. (Oliveira, 2007, p.180). Tomando a produção de Isabella como exemplo, podemos comparar a Astrologia e seu entorno como um sistema simbólico religioso, desde a leitura do mapa astral, que visa entregar respostas sociais ao ser humano, ou seja, a forma como ele lida com dinheiro, relações familiares, relações amorosas, a área de trabalho, amigos e espiritualidade, até a inserção de hábitos que englobam decisões do dia a dia pela análise da posição dos planetas.

Dentro do cenário analisado, foi possível concluir que essa nova maneira de consumo, ou seja, o consumo de informação que facilita a auto compreensão e o autoconhecimento, é uma grande oportunidade para o universo do marketing atingir os consumidores da Nova Era, trazendo um novo sentido e perspectiva para esse meio que há tempos aplica apenas no cenário material.

Outro ponto importante, foi notar o sucesso crescente da Isabella e sua ascensão na plataforma Instagram. Isso se deve pelas adaptações que ela vem fazendo em seu modo de trabalhar ao longo desses anos. Como foi falado anteriormente, a comunicação deixou de ser unilateral, passando a ser de todos para todos, ou seja, Isabella foi construindo sua carreira com base nos interesses de seus seguidores e consumidores.

Ao final, o que se tornou mais interessante em nossa pesquisa, foi o fato de Isabella ter deixado de construir uma marca, para ser a própria marca. Ao longo de seu percurso notamos que o projeto Invertisa deixou de fazer sentido, e ela assumiu toda sua trajetória como Isabella Mezzadri, nos mostrando que no universo pós-moderno tudo se adapta e

se modifica rapidamente, uma vez que a Nova Era possibilita a congruência de todas as partes, sendo elas: religião, práticas espirituais e consumo, juntamente com a união de uma vida pessoal.

## REFERÊNCIAS

- ADAMI, Vítor & JUNGBLUT, Airton. **Nova era & ciberespaço. Ensaio prospectivo sobre suas afinidades eletivas a partir de um estudo de caso.** Porto Alegre, v.9, n.2, p. 243-262, maio/ago., 2009.
- BARTH, Wilmar. **O Homem pós moderno, religião e ética.** Porto Alegre, v.37, n.155, mar.2007
- BIRCHAL, Fabiano. **Nova Era: uma manifestação de fé na contemporaneidade.** Belo Horizonte, v.5, n.9, dez 2006.
- CAMPOS, Marcelo. **História da religião e esoterismo: uma síntese historiográfica e metodológica.** COSTA, Renato. **Consumo para “ser” mais do que para “ter”: a espiritualidade na lógica do consumo contemporâneo.** In: Revista Último Andar, São Paulo, n.28, 2016.
- FAIVRE, Antoine. **O Esoterismo.** Campinas: Papirus, 1994.
- FUKUYAMA, Francis. **O fim da história e o último homem.** Rio de Janeiro: Rocco, 1992.
- GUERRIERO, Silas. **Desafios interpretativos das novas configurações das religiões tradicionais.** São Paulo: PUCSP, 2009.
- \_\_\_\_\_. **Esoterismo e astrologia na Nova Era: do ocultismo à psicologização.** Campinas, p.211-224, jul/dez., 2016.
- \_\_\_\_\_. **Novas configurações das religiões tradicionais: re-significação e influência do universo Nova Era.** São Cristóvão, n. 14, jan./jun., 2009.
- \_\_\_\_\_. **O conceito de religião e as novas espiritualidades.** São Paulo, v.12, 2011.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
- JUNGBLUT, Airton Luiz. **O mercado religioso brasileiro e a internet.** Caxambú: ANPOCS, 2009.
- LUPI, João. **Nova Era de Aquário.** In: Revista História: Debates e Tendências, Passo Fundo, v.9, n.2, p. 364-375, jul./dez., 2010.
- LYOYARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna.** Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- MORAES, Roque. **Análise de conteúdo.** In: Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. NOTAKER, Jostein. **O livro das religiões.** São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- OLIVEIRA, Amurabi. **Nova Era À New Age Popular: as transformações no campo religioso brasileiro.** Goiânia, v.9, n.1. p. 141-157, jan./jun., 2011.
- QUEIROZ, José. **Deus e crenças religiosas no discurso filosófico pós-moderno. Linguagem e Religião.** In: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, n.2, p. 1-23, 2006.
- SCHWERINER, Mário Ernesto René. **Brandscendência: o espírito das marcas.** São Paulo: Saraiva, 2010.
- TERRIN, Aldo. **Nova Era. A religiosidade do pós-moderno.** São Paulo: Edições Loyola, 1996.

---

VATTIMO, Gianni; RORTY, Richard. **O futuro da religião**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006.