

Movimento Nova Era nos anos 80: as feiras esotéricas e sua inserção no espaço público

Joelma do Patrocínio Duarte*

[joelma.duarte@ig.com.br]

Resumo

Nos anos 80 verificou-se um processo de crescente visibilidade do movimento Nova Era na mídia impressa. Isso pode ser observado e analisado através das matérias e artigos da grande imprensa que notificaram e avaliaram a “efervescência” do esoterismo no decorrer desta década. O objetivo deste artigo é analisar essa “expansão” a partir da relação entre o surgimento do “mercado esotérico” e as percepções da mídia impressa. Ao que parece, a crescente visibilidade da Nova Era abre espaço para que ela se configure como fenômeno de consumo cultural. Esse processo vem se realizando no âmbito do espaço público e também através de dispositivos midiáticos.

Palavras-chave: movimento Nova Era; mídia; “mercado esotérico”.

Abstract

In the eighties of last century there was a process of increasing visibility of the New Age movement in the printed press. This can be noticed and analyzed through the essays and articles of the big media that called attention to and evaluated the “effervescence” of esoterism during that decade. The aim of this paper is to analyze this “expansion” through the relation between the beginning of the “esoteric market” and the perceptions of the printed press. As it seems, the increasing visibility of the New Age gives place to the movement to configure itself as a phenomenon of cultural consumption. This process is happening in the scope of the public space and also by means of the media.

Keywords: New Age movement, media, “esoteric market”.

* Graduada em História, Mestre e Doutoranda em Ciência da Religião pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

1 Mudança na estrutura da sensibilidade: fluxo, fragmentação e Nova Era

Atualmente, a procura pelo “sagrado” e pelo sentido religioso se efetua num campo marcado pela pluralização e privatização das crenças religiosas. Essa busca, no entanto, não se realiza necessariamente em consonância com os padrões das religiões tradicionais, na medida em que elementos religiosos coexistem cada vez mais com práticas e valores considerados modernos e seculares.

Nesse sentido, observa-se uma experiência religiosa caracterizada pela interpenetração de elementos espirituais/sagrados com elementos ditos modernos e secularizados/profanos, que vem subvertendo o padrão tradicional de filiação religiosa. No âmbito desta perspectiva, a religião se “subordina” ao indivíduo e é ele próprio quem elabora seu universo simbólico, tendo à sua disposição uma gama de bens culturais que são (re)elaborados de forma livre e subjetiva, envolvendo uma magnífica diversidade de símbolos. Dessa forma, o sagrado se desloca para o *self*, incrementando o ideal de auto-cultivo ou auto-conhecimento.

Por outro lado, as religiões tradicionais também buscam caminhos para se adequar às novas demandas de sentido exigidas pelos indivíduos contemporâneos. Assim, além das religiões tradicionais, que buscam se adaptar ao panorama de globalização, de pluralismo religioso e cultural, novas formas religiosas emergem no campo religioso.¹

Na sociedade atual, a ampla circulação e intercâmbio informacional fornecem um significado próprio à aldeia global. É através da mediação do complexo midiático que os bens simbólicos efetivam, em grande medida, a sua produção, reprodução e circulação. O que antes era restrito a uma comunidade, a um grupo cultural, a identidades fixas e demarcadas, no mundo contemporâneo é flexibilizado, permitindo o encontro, o compartilhamento e o cruzamento de heterogêneos sistemas simbólicos, promovendo um “fluxo de bens culturais

¹ Não podemos descartar que o debate sobre as perspectivas em torno da Nova Era ou da subjetivação do *self* podem estar em plena operação nas religiões tradicionais, por meio de agentes como padre Marcelo Rossi e os pastores exorcistas do neo-pentecostalismo.

globalizados”.² Fronteiras de tempo e espaço são derrubadas, informações e ideologias passam a ser socializadas de forma rápida e barata.

Na contemporaneidade, a narrativa da tradição (característica das religiões institucionais) tem enfrentado o universo de escolha do consumidor, conformando processos situados num campo de mídia múltipla que têm impulsionado inúmeras mudanças nas sensibilidades propriamente religiosas. Nesse contexto de transformações mais amplas encontra-se situada a religiosidade que comumente tem sido designada por “Nova Era”. Como sugere Amaral, as interpretações sobre esse fenômeno situam-se no entrecruzamento de tendências variadas: “a possibilidade de transformar, estilizar, desarranjar ou rearranjar elementos de tradições já existentes e fazer desses elementos metáforas que expressem performaticamente uma determinada visão, em destaque em determinado momento, e segundo determinados objetivos”.³

Inúmeros aspectos da espiritualidade nova era têm sido assimilados por um público crescente, movimento esse que decorre, em grande parte, da disponibilização de recursos midiáticos. Hoje, a Nova Era parece ser um recurso cultural e prático. Assim sendo, nossa sugestão é a de que a dimensão midiática do movimento apresenta-se como um fenômeno de consumo cultural,⁴ que repercute nos vários segmentos da sociedade hodierna. Assim, considerando que os meios de comunicação veiculam abundante referência à ilimitada variedade de vias de acesso e expressão ao “interior sagrado” dessa “cultura religiosa errante”, podemos considerar que através dos meios de comunicação também se realizam a arte e a estética da Nova Era.

² Maria Del Rosário CONTEPOMI, *Nova Era e pós-modernidade: valores, crenças e práticas no contexto sociocultural contemporâneo*, p. 132.

³ Leila AMARAL, *Carnaval da alma: comunidade, essência e sincretismo na Nova Era*, p. 32.

⁴ Com a expressão “fenômeno de consumo cultural” estamos indicando a disseminação do consumo no estilo de espiritualidade característico da Nova Era. Esse processo vem se realizando no âmbito do espaço público e também através de dispositivos midiáticos. Desse modo, a Nova Era, enquanto fenômeno de consumo cultural, encontra afinidade com a moderna sociedade de consumo, que gera constantes necessidades e desejos nos indivíduos.

2 Mídia e espiritualidade Nova Era

Os meios de comunicação impressos tendem a descrever as práticas do movimento Nova Era como sendo de forte apelo consumista. Todavia, como sugere Amaral, o consumo na Nova Era tem um sentido que está além do “epifenômeno da mercantilização universal promovida pela lógica do capitalismo e sua capacidade de transformar tudo em mercadoria, (...) [consistindo antes em] um meio de expansão da própria cultura moral e espiritual Nova Era”.⁵ Para a autora, o consumo encontra plena afinidade com essa cultura espiritual. Dessa forma, sem a mercadoria e sem o consumo não haveria esse “espírito”, não haveria esse sagrado.⁶

O movimento Nova Era tem sido propagado pela mídia para um público mais amplo, tanto de forma positiva “cativando o espírito”, como de forma “negativa” veiculando-a com um acento de ironia e crítica, como um “produto” de pouca sofisticação, restrito, superficial e de embalagem comercializada. Essa dubiedade parece indicar a tensão da mídia com a própria dimensão midiática do fenômeno. Esse é um processo marcado por ambigüidades, no qual os meios de comunicação impressos parecem assumir uma posição de protagonistas do “sucesso” e da crítica desse movimento.

A Nova Era, por sua vez, vem se apresentando e adquirindo visibilidade social através da mídia.⁷ Nessa dinâmica, conhecimentos, práticas, vivências, técnicas têm sido acessados por um público “leitor” (não por adeptos) que, por vezes, acaba incorporando alguns desses referenciais.

Assim, parece-nos que o movimento Nova Era tem se relacionado de forma “confortável” e “aberta” com o espaço midiático porque sua identidade é flexível e circula pela lógica do consumo e da mercadoria, já que esse movimento não possui um arcabouço doutrinário que precise ser assegurado ou uma tradição a

⁵ Ibid, p. 124.

⁶ Id.

⁷ Algumas correntes religiosas criticam e condenam a mídia de cultura popular, configurando, assim, uma guerra entre instituições religiosas e indústrias de entretenimento. Nessa abordagem, considera-se que a mídia intensifica o caráter “superficial” da mensagem religiosa agravando o problema da secularização vivenciada no interior das Igrejas. Cf: Knud JORGENSEN, *Modernity, information technology and Christian faith*, p. 282. Por outro lado, Stout e Buddenbaum minimizam a idéia de “guerra de cultura”, haja vista que as instituições religiosas criam e participam da cultura popular de consumo. Cf: Daniel A. STOUT e Judith BUDDENBAUM, *Religion and culture: studies on the interaction of worldviews*.

ser mantida. Por outro lado, a Nova Era, ao se expressar através da mídia, também se caracteriza como um fenômeno da cultura popular⁸ que, segundo Amaral, “pode ser vista não como impedimento à formulação de uma linguagem religiosa, mas como constitutiva de e consubstancial à nova linguagem religiosa que vem transformando a imaginação do sagrado no mundo contemporâneo”.⁹

Enfim, a cultura popular, a cultura de consumo e de massa colocam em circulação um campo de ação, de expressão e de diálogo para indivíduos interessados em significados religiosos, mas com identidades díspares, processo que parece apontar para a elaboração de uma nova imaginação religiosa, onde o sagrado não é algo em si, mas em constante (re) significação.

3 Anos 80: A visibilidade do esoterismo através das feiras esotéricas¹⁰

Na década de 80 observa-se o incremento de práticas esotéricas no Rio de Janeiro. Esse fenômeno adquire visibilidade a partir da promoção e divulgação de eventos através de rádio, TV, palestras, cursos, *workshops*, etc., dinamizados por adeptos de práticas do universo esotérico e também por pessoas que atuam profissionalmente na área. Nesse “boom” esotérico dos anos 80, as feiras esotéricas são representativas e tiveram um papel significativo na visibilidade deste universo no cenário urbano carioca.

As feiras esotéricas, eventos anuais de grande porte, foram realizadas em 1985, 1987 e 1988, promovidas pela Squadrito Eventos Especiais, sob a direção de Salvador Squadrito, no Riocentro, zona Oeste do Rio de Janeiro. Geralmente acontecendo entre outubro e novembro, tais feiras foram bastante divulgadas pela mídia, sendo consideradas uma boa opção de lazer na cidade.

⁸ O conceito de cultura popular que estamos utilizando refere-se à cultura tecnológica, eletrônica e da informação, onde o consumo é o vetor cultural da sociedade contemporânea. Também diz respeito à quebra da diferenciação entre cultura erudita e cultura popular. Assim, a cultura popular torna-se o espaço da experiência do híbrido, da coexistência simultânea da diversidade. Cf. Bruce David FORBES e Jeffrey MAHAN, *Religion and popular culture in America*.

⁹ Leila AMARAL, Sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo, p. 01.

¹⁰ A análise deste item encontra-se ancorada numa extensa pesquisa junto às fontes primárias que recobrem os jornais da grande imprensa do período, mais especificamente o “Jornal do Brasil”, “O Globo”, a “Folha de São Paulo” e a revista “Veja”. Cf. Joelma DUARTE, *Para além do alternativo: um estudo sobre a expansão da cultura Nova Era através da mídia impressa*.

Os meios de comunicação impressos, ao divulgar a I Feira Esotérica, apresentam e descrevem as suas atrações: o caráter eclético do evento; a ambientação deliberadamente exótica, realizada pelos promotores e organizadores; a diversidade dos “produtos” oferecidos (comerciais, auto-conhecimento e ocultismo).¹¹

A seguir um trecho ilustrativo de como a I Feira Esotérica é veiculada:

O pavilhão carioca do Riocentro já teve seus dias de baixo astral. Ao longo da semana, porém, as 70000 pessoas que compareceram à 1ª Feira Esotérica do Rio de Janeiro fizeram de tudo para manter elevados os bons fluídos do local, embarcando numa viagem mística sem precedentes na vida da cidade. Mesmo para os mais céticos, a feira foi um passeio diferente, orientado pelo falante Esoterix, um robô amarelo instruído para informar a programação do dia. Aos que preferiram um contato mais humano, ali estavam as “esoteretes”, recepcionistas vestidas com roupas espaciais, que pareciam saídas de filmes do gênero *Guerra nas Estrelas*. Foi uma feira para nenhum esotérico botar defeito, onde não faltaram pirâmides de metal que atraíam filas de pessoas dispostas a pagar para ficar sentadas sob seus vértices (...). Havia de tudo. Nesse autêntico happenig de esquisitices (...). Outras atrações concorridas foram os encontros de egiptologia e alquimia, palestras sobre psico transe e um aplaudidíssimo curso ministrado pelo vampirólogo carioca Paulo Coelho, 38 anos. Como programa de preparação para o próximo verão, a 1ª Feira Esotérica esteve ótima.¹²

Na variedade de matérias sobre a I Feira, observa-se que a mídia impressa conferiu notoriedade a esse evento, caracterizando-o como acontecimento de ampla repercussão no Rio de Janeiro em função da sua natureza e porte. Assim, através das feiras esotéricas, esse universo começou a ganhar visibilidade no cenário carioca, onde

¹¹ A I Feira Esotérica foi realizada do dia 17 de outubro ao dia 28 de 1985.

¹² Festa esotérica: os místicos se encontram no Rio de Janeiro. *Veja*. 30 out. 1985. Comportamento, p. 75.

o espaço da feira pode então, ser descrito como o local propriamente dito do mercado. Todavia, não deixa de oferecer aos freqüentadores a oportunidade de participar de experiências míticas, oraculares, terapêuticas ou artísticas, durante as demonstrações de eficácia dos “bens” ali oferecidos para o aprimoramento espiritual do visitante.¹³

De modo geral, as referências da mídia impressa à I Feira Esotérica do Rio de Janeiro visavam basicamente divulgar a programação, informar sobre o andamento do evento e colocá-lo como um “bom programa” a ser realizado. Ou seja, a mídia anunciou a Feira como um mega evento com ares de exotismo, aguçando a curiosidade do grande público.

Paralelo ao lado comercial e lúdico da feira ocorreram conferências, cujo programa contemplava quatro temas: ciências esotéricas, divinatórias, alternativas e de religiões comparadas.¹⁴ As conferências abarcavam uma variedade de temas do mundo esotérico e a mídia impressa destacou esse ecletismo com comentários como os seguintes: “Nas palestras, do Tarot à gnose e ao vampirismo” e “palestras para todos os gostos é o que prometem os quatro encontros que serão realizados no Riocentro”.¹⁵

Algumas atrações da Feira obtiveram um maior destaque na mídia. Esse foi o caso da palestra “ministrada pelo professor de vampirismo, Paulo Coelho”.¹⁶ Isto fica claro no seguinte trecho: “Mas entre as inúmeras ciências divinatórias, uma vem despertando a atenção de todos: o Vampirismo, que terá sua palestra ministrada pelo professor Paulo Coelho, no dia 22. Salvador Squadrito conta que muita gente liga para saber, de antemão, o que é ‘Vampirismo’”.¹⁷

¹³ Leila AMARAL, *Festivals Nova Era: quando o espírito encontra-se na mercadoria*, p. 01.

¹⁴ Começa amanhã no Riocentro a 1ª Feira Esotérica. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 17 out. 1985.

¹⁵ Na Feira das Forças ocultas têm de tudo, até vampirismo. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out 1985.

¹⁶ Cf. Vampiros do dia –a – dia e tudo sobre o oculto. É a primeira Feira Esotérica. *O globo*. Rio de Janeiro, 13 out. 1985. *Jornal da Família*; Na feira das forças ocultas têm de tudo, até vampirismo. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out. 1985; Começa amanhã no Riocentro a 1ª Feira Esotérica: nas palestras, do Tarot à gnose e ao vampirismo. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out. 1985; Festa esotérica: os místicos se encontraram no Rio de Janeiro. *Veja*, 30 out. 19.85. *Comportamento*, p. 75.

¹⁷ Começa amanhã no Riocentro a 1ª Feira Esotérica: nas palestras, do Tarot à gnose e ao vampirismo. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out. 1985; Vampiros do dia-a-dia e tudo sobre o oculto. É a I Feira Esotérica. *O globo*. Rio de Janeiro, 13 out. 1985. *Jornal da Família*.

O professor Kaanda Ananda,¹⁸ organizador do evento, declara aos meios de comunicação que o objetivo da feira é explicar o que é esoterismo, expor as diversas correntes do pensamento, proporcionar a troca de informações para o auto-conhecimento visando, também, impedir a formação de falsos gurus.¹⁹ Ele afirma em outro artigo: “Sou contra o mistério. O esoterismo quer é acabar com o mistério já que, em nossa opinião o oculto é apenas o que nossa ignorância não deixa ver. Vamos reunir todos, portanto, numa convivência pacífica: de umbandistas a católicos, de ufólogos a jogadores de I Ching e parapsicólogos”.²⁰

Por seu lado, Salvador Squadrito, promotor da feira, em sua fala à mídia impressa procurou transmitir a sua preocupação em criar uma atmosfera de mistério, exotismo e um clima irreal, que levasse as pessoas a transitarem deslumbradas na busca de tudo o que a feira tinha a oferecer. Squadrito comenta em um depoimento à mídia: “Não há dúvida que um certo ar de mistério ronda esta feira, já que até hoje nada de parecido foi realizado no país. Por isso, nos preocupamos em oferecer todas as formas de esoterismo para que o público possa optar pelas diversas atrações”. Ele ainda acrescenta: “interessante é que o público poderá não só ver e conhecer aspectos do esoterismo, mas participar de todas as atrações. Por exemplo, qualquer pessoa poderá sentir o prazer da levitação. Pode-se imaginar a reação daqueles que estiverem vendo”.²¹

Squadrito pretendia que a I Feira fosse um “mega evento”, capaz de atrair um grande número de pessoas, tornando-se um acontecimento marcante na cidade do Rio de Janeiro. Para isso, ele uniu em um só espaço a opção de entretenimento com o fascínio que o ocultismo desperta, assim como a oportunidade de experimentar uma diversidade de bens culturais, ali disponibilizados. Este seu objetivo parece ter sido alcançado, pois foi assim que ela foi apresentada e divulgada pela mídia.²² O trecho da matéria abaixo ilustra com propriedade estes aspectos:

¹⁸ Nome iniciático de José Linhares Filho. Kaanda Ananda é o nome de destaque do meio esotérico nos anos 80. Ele exerceu importante papel na divulgação do esoterismo nesta época, encabeçando vários eventos com esse objetivo.

¹⁹ Vampiros do dia-a-dia e tudo sobre o oculto. É a I Feira Esotérica. *O globo*. Rio de Janeiro, 13 out. 1985. *Jornal da Família*.

²⁰ Na feira das forças ocultas tem de tudo, até vampirismo. *O globo*. Rio de Janeiro, 17 out. 1985.

²¹ Começa amanhã no Riocentro a 1ª Feira Esotérica. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out. 1985.

²² Esses aspectos podem ser observados em: Vampiros do dia-a-dia e tudo sobre o oculto. É a I Feira Esotérica. *O Globo*. Rio de Janeiro, 13 out. 1985. *Jornal da Família*; Começa amanhã mo

Os visitantes da 1ª Feira Esotérica se sentirão, no mínimo, em um ambiente misterioso e desconhecido. Uma das principais preocupações dos organizadores foi criar um clima apropriado ao evento, ou seja, unindo o inusitado e desconhecido aos toques futuristas. Logo na entrada, um grande túnel do tempo, construído com armações sofisticadas e lâmpadas néon, associa-se às roletas, em forma de pirâmides. O motivo de todo esse clima irreal, segundo Salvador Squadrito, Diretor da Squadrito Eventos Especiais, promotora da Feira, é a necessidade de fazer com que as pessoas se sintam à vontade para ver o que a feira lhe reserva.²³

Salvador Squadrito, em suas declarações à mídia impressa, comporta-se como um empresário de um ramo até então considerado inusitado: o do esoterismo. Esta é a imagem que se consolida: a de organizador das Feiras.²⁴

A II feira, em 1987, assim como a anterior, também foi noticiada pelos meios de comunicação impressos. A circulação desse segundo evento não diferiu muito da forma como a primeira foi apresentada. A mídia novamente coloca em circulação a idéia da popularização do esoterismo como objetivo central da II Feira. Esse evento ocorreu de 23 de outubro a 1º de novembro, igualmente no Riocentro.²⁵

Tarô, astrologia, ufologia, alquimia, pirâmides, espiritismo e muitos outros assuntos foram abordados em palestras e seminários. Junto com a feira, ocorreu, também, o 1º Simpósio aberto de técnicas terapêuticas, com a participação de professores, médicos, pesquisadores, técnicos e cientistas que debateram a

Riocentro a I Feira Esotérica. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out.1985; Na feira das forças ocultas têm de tudo, até vampirismo. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out. 1985; Feira Esotérica já recebeu mais de 70 mil pessoas no Riocentro. *O globo*. Rio de Janeiro, 24 out. 1985; Feira Esotérica: dois dias de boas atrações. *O globo*. Rio de Janeiro, 26 out. 1985; Festa Esotérica: Os místicos se encontram no Rio de Janeiro. *Veja*. 30 out. 1985. Comportamento.

²³ Começa no Riocentro a I Feira Esotérica. *O Globo*. Rio de Janeiro, 17 out. de 1985.

²⁴ Em um artigo falando sobre a II Feira esotérica há a seguinte passagem: "Salvador Squadrito (empresário italiano há 15 anos no Brasil), chamado de "louco" pelos amigos ao resolver bancar sem patrocínio, empreendimento em área tão discutível". Cf. Regina GUERRA, Bruxas à solta. *O globo*. Rio de Janeiro, 23 out. 1985. Segundo Caderno, p. 02. Devemos esclarecer que a 1ª Feira teve o patrocínio da Secretária de Indústria, Comércio e Tecnologia do Rio de Janeiro.

²⁵ No Riocentro, esoterismo com programação variada. *O Globo*. Rio de Janeiro, 08 out. 1987. Feira mostra mistérios do esoterismo até dia 1º. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 24 out. 1987; Corre para a Feira Esotérica. *O Globo*. Rio de Janeiro, 26 out. 1987; No Riocentro, a vez dos mistérios. *O Globo*. 29 out. 1987.

eficiência das técnicas consideradas alternativas, como acupuntura, homeopatia, shiatzu e análise transacional.²⁶ Outra atração foi o 1º Congresso Brasileiro-Argentino de Parapsicologia Aplicada, que ocorreu nos dias 24, 25 e 26 de outubro.²⁷

A imprensa notificou a II Feira Esotérica como um outro grande evento no gênero, inserindo-a no calendário de eventos turísticos do Rio.²⁸ Podemos notar ainda, através de um dos artigos, a imprensa chamando a atenção para o fato de que, em meio à profusão de atrações da II Feira, do comércio das “parafernalias alternativas”, a noção do que é esoterismo se dilui, não contribuindo para esclarecer o sentido do termo esotérico e tampouco para desfazer a imagem negativa que muitas vezes se atribui ao universo do ocultismo.

Além do aspecto mais festivo e comercial, a mídia impressa também veiculou a preocupação de pesquisadores e profissionais da área com a seriedade e legitimidade daquilo que defendem. Os argumentos destes estudiosos são apresentados, enfatizando-se que essas práticas surtem efeitos “concretos”. Exemplificando:

Os bruxos não são mais os mesmos. Os alquimistas sucessores do Mago Merlin comparam sua mágica à física quântica de hoje. A análise de sensibilidade às radiações emitidas pelos corpos – a radiestesia – já foi usada na Argentina para localizar cemitérios clandestinos e identificar corpos. Os milenares baralhos do Tarot auxiliam analistas e analisados a se entenderem melhor e as novas técnicas para prolongar a vida de pacientes, descobertas pela medicina, dão embasamento científico para que os projeccionistas – estudiosos das projeções extra-corporais da consciência humana – consigam mais informações para suas teses. A integração entre magia e ciência é o ponto de destaque da 2ª Feira Esotérica (...).²⁹

²⁶ Cf. Feira desvenda os mistérios do ocultismo. *O globo*. Rio de Janeiro, 13 ago. 1987.

²⁷ Feira desvenda os mistérios do ocultismo. *O globo*. Rio de Janeiro, 13 ago. 1987.

²⁸ Regina GUERRA, Bruxas à solta. *O Globo*. Rio de Janeiro, 23 out. 1987. Segundo Caderno.

²⁹ No Rio, os alquimistas procuram mostrar um trabalho “científico”. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 25 out. 1987.

Por outro lado, notamos que a mídia impressa, ao mesmo tempo em que identifica a preocupação “nativa” com a abordagem científica do universo esotérico, se coloca numa postura cética. Assim, insinua e aponta o ocultismo como sendo algo ligado à superstição ou ao charlatanismo. Isto pode ser notado no texto abaixo:

O que quer dizer, exatamente, “esotérico”? Perguntam-se as pessoas diante do anúncio da II Feira Esotérica, que será aberta hoje e estará ocupando, até 13 de Novembro, os seis quilômetros do Riocentro. Os 70 mil visitantes que estiveram na primeira, em 1985 (desta vez espera-se que este número dobre), sabem que os estandes mostram, e vendem, toda a parafernália alternativa – orientalista – mágica: pirâmides, instrumentos de radiestesia e astrologia, objetos para massagem, baralhos de tarô, quiromancia, henna, alimentos e perfumes naturais e, é claro, incensos. Sabe-se, ainda, que dezenas de “bruxos” montam plantão durante oito horas diárias, dando consultas de numerologia, grafologia, tarô, quiromancia etc. E que não falta mapa astral por computador, nem oportunidade de submeter as vibrações à medição do pêndulo, de fotografar a aura, ou de experimentar um hambúrguer de carne vegetal. A especificação das mercadorias e serviços em pauta não basta, entretanto, para esclarecer o significado do termo “esotérico”. Para muitos, boa coisa não é, lembrando feitiçaria, morcegos em vôo rasante, ou pior, charlatanismo, fanatismo, credices absurdas.³⁰

Assim, a mídia também chama atenção para a postura consumista, dada a exposição indiscriminada de artigos esotéricos no espaço público da feira. Levanta, ainda, a questão da legitimidade dessas práticas.

A III Feira Esotérica ocorreu entre 18 de novembro e 04 de dezembro,³¹ nos mesmos moldes das anteriores, com a mídia impressa informando

³⁰ Regina GUERRA, Bruxas à solta. *O Globo*. 23 out. 1987. Segundo Caderno.

³¹ Realizada de 18 de Novembro a 04 e Dezembro de 1988. A programação original previa que esse evento terminasse no dia 27 de Novembro, mas a organização resolveu prorrogá-lo até o dia 04 de dezembro. Cf. Místicos atraem milhares. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 26 nov. 1988. p. 03.

programas e atrações, mercadorias e consultas. No entanto, pela análise do material, observamos que a mídia impressa não cobriu esse evento tão intensamente como nas duas feiras anteriores. Não obstante, foi um evento que também teve sucesso de público.³²

Para ilustrar como a III Feira foi noticiada pela mídia, escolhemos o trecho a seguir que descreve com detalhes esse evento:

Objetos voadores não identificados, câmeras que fotografam a alma humana e óculos contra stress fazem parte do cardápio que será oferecido aos admiradores do “desconhecido”, na III Feira Esotérica, que começa hoje no Riocentro. Cabalistas, numerólogos, tarólogos e quiromantes, vindos de vários estados e até de outros países, prometem desvendar parte de seus segredos aos que estiverem interessados em embarcar na onda do ocultismo. (...) Para abrigar todo esse aparato de cultura mística foram armados mais de 50 stands no pavilhão do Riocentro onde serão comercializados os artigos dos magos e das fadas, sob o olhar atento das “bruxas” que, como no ano passado, estarão circulando pela feira, para enfeitiçar os participantes.³³

A III Feira Esotérica foi o último evento a ser realizado nesses moldes, encerrando a trajetória das grandes feiras esotéricas organizadas por Salvador Squadrito e marcando uma tendência que se consolida na década de 90: a “desmarginalização” ou “popularização” do esoterismo. Ademais, a mídia impressa noticia as Feiras Esotéricas como um espaço de variedade de elementos esotéricos, combinando posturas “religiosas” e “não religiosas”, numa lógica sintonizada com a cultura de consumo, sem deixar de imprimir um tom crítico a esta disseminação do consumo, fenômeno que ela própria ajuda a construir e dinamizar.

³² Feira Esotérica lota Riocentro e ‘bruxos’ decidem prorrogá-la. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 28 nov 1988.

³³ Tereza Cristina LEVI, O diabo ronda o Riocentro. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 18 nov. 1988.

Referências Bibliográficas

- AMARAL, Leila. *Festivais Nova Era: quando o espírito encontra-se na mercadoria*. Anpocs, 1998.
- _____. Sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA DAS RELIGIÕES; III SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE HISTÓRIA DAS RELIGIÕES. Mesa Redonda 04, Insurgências no campo religioso. Recife, 20 a 22 de junho de 2001.
- _____. *Carnaval da alma: comunidade, essência e sincretismo na Nova Era*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- CONTEPOMI, Maria Del Rosário. Nova Era e pós-modernidade: valores, crenças e práticas no contexto sociocultural contemporâneo. In: CAROZZI, Maria Julia (org.). *A Nova Era no Mercosul*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- DUARTE, Joelma P. *Para além do alternativo: um estudo sobre a expansão da cultura nova era através da mídia impressa*. (Dissertação de Mestrado). Juiz de Fora, PPCIR/UFJF, 2003.
- FORBES, Bruce David e MAHAN, Jeffrey (orgs.). *Religion and culture in America*. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 2000.
- JORGENSEN, Knud. Modernity, information technology and Christian faith. In: SAMPSON, Philip; SAMUEL, Vinay e SUGDEN, Cris (ed.). *Faith and modernity*. Oxford: Regnum Books. 1994.
- STOUT, Daniel A. e BUDDENBAUM, Judith (orgs.). *Religion and culture: studies on the interaction of worldviews*. Iowa: Press, 2000.