

O tarô na era digital: lógicas de consumo, teatralização e busca terapêutica

Tarot in the digital age: logics of consumption, theatricalization, and therapeutic quest

*Elisabeth Eglem*¹

Resumo

Esta pesquisa analisa as evoluções contemporâneas do uso do tarô na França, no contexto da popularização dessa prática nas redes sociais, especialmente na rede Instagram. A metodologia associa etnografia digital (observações não participantes online com uma coleta de fotos) e entrevistas em profundidade com cinco tarólogos. Se investiga em que medida o tarô faria parte de uma cultura terapêutica alternativa orientada para as emoções e o bem-estar, e qual é o papel das ferramentas de comunicação digital nesse processo. Após uma revisão de literatura sobre o tarô, a comunicação digital e o desenvolvimento pessoal, apresenta-se a pesquisa de campo, seguida de uma discussão sobre os temas principais. As principais conclusões remetem ao tarô como produto de consumo estético e lúdico; a valorização das emoções e ao reencantamento da introspecção pela simulação da intuição; e finalmente, a influência do desenvolvimento pessoal sobre a oferta de tarô e a sua potencial inscrição nos princípios da relação terapêutica.

Palavras-chave: tarô; emoção; redes sociais; etnografia digital.

Abstract

This research aims at studying a few contemporary evolutions of tarot practice in France, in the context of its growing popularity on social networks, most particularly on Instagram. The methodology relies on digital ethnography (non participant observations with pictures collection) and in-depth interviews with tarot professionals. Our objective is to understand to what extent tarot could be part of an alternative therapeutic culture based on emotions and well being, and the role played by digital communication in this process. After a literary review on tarot, digital communication and self-help, our fieldwork analysis is presented. The main findings of this work are related to tarot as an aesthetic and fun consumption product; to the valorization of emotions and reenchantment of

¹ Doutora em Administração das Empresas pelo Conservatoire des Arts et Métiers (CNAM), Professora Adjunta na Université de Perpignan Via Domitia (UPVD), França.
E-mail: elisabeth.eglem@gmail.com

introspection through simulation of intuition; and finally, to the influence of self-help on tarot offer and its potential role in a therapeutic relationship.

Key words: *tarot; emotion; social networks; digital ethnography.*

1. Introdução

O tarô tem percorrido um longo caminho, conciliando a sua natureza de jogo com uma dimensão de adivinhação, o que tem sido mais ou menos presente durante esse percurso histórico. Hoje ele faz parte da paisagem da chamada “neoespiritualidade” (Bonomelli, 2022) e se inscreve no mercado do bem-estar emocional. Ao mesmo tempo, para certo público, ele continua marcado por sua ligação tradicional com a adivinhação, o que pode tanto ser fonte de interesse como de rejeição. Além disso, o crescimento das redes sociais favoreceu ainda um renascimento da “bruxaria”, com pessoas se definindo como “bruxas” ou “xamãs”, que oferecem serviços como leitura de cartas, práticas de certas terapias alternativas, etc. (Miller, 2022). No âmbito das medicinas complementares e alternativas (Pietschmann; Mertz, 2020), observa-se hoje uma demanda significativa por abordagens de cuidado psicológico, emocional e de bem-estar caracterizadas pelo seu aspecto concreto (ancoradas nas sensações) e a ajuda que proporcionam para viver melhor no dia a dia. Essas abordagens do cuidado e bem-estar procuram seguir os princípios da relação de ajuda², e particularmente a empatia³, na forma de estabelecer um relacionamento terapêutico com o paciente (Rogers, 1968).

Esses métodos convidam o paciente a adotar um novo olhar sobre si mesmo, abrangendo a saúde e o bem-estar individuais em um conjunto holístico (Ghasarian, 2006), em um contexto geral de valorização da autonomia e da autenticidade que precisa ser conciliado com a inserção nas normas sociais e a

² Essas bases são a empatia, a escuta ativa e a congruência (Temaner-Brodley *et al.*, 2009).

³ Capacidade de sentir as emoções do outro e ter uma representação dos seus conteúdos mentais, o que pode favorecer o desejo de ajudar os seus semelhantes (Tisseron, 2010).

capacidade de se reinventar (Vigarello, 2020). Assim, o indivíduo é convidado a fazer o que estiver ao seu alcance para melhorar, recorrendo às diferentes formas de acompanhamento psicoemocional disponíveis.

Esta pesquisa analisa as evoluções contemporâneas do uso do tarô, no contexto da popularização dessa prática nas redes sociais, especialmente no Instagram. Uma observação informal dessa rede nos levou a observar uma tendência a associar o jogo a narrativas focadas na busca de aprimoramento emocional, nas áreas pessoal e profissional. As narrativas usadas nas contas dos tarólogos frequentemente remetem ao universo do desenvolvimento pessoal, mesmo no caso de contas explicitamente orientadas para a adivinhação, o que não significa que todos os tarólogos que definem a sua atividade como “adivinhação” tenham esse discurso.

Levando em consideração o crescimento do mercado dos recursos alternativos de saúde emocional com base nos princípios da relação de ajuda, em que medida o tarô pode se tornar um suporte de abordagens terapêuticas? Até que ponto o tarô tem sido progressivamente associado a um discurso de desenvolvimento pessoal? E qual é o papel da rede Instagram nesse processo?

A pesquisa de campo diz respeito ao contexto francês, com a observação de contas no Instagram e a realização de entrevistas com tarólogos situados na França e que se expressam em francês na sua comunicação *on-line*. A França é caracterizada, ao mesmo tempo, pela popularidade dos métodos de saúde alternativa e por uma desconfiança latente a respeito desses métodos em geral. Essa desconfiança é alimentada pelo aumento das “crenças alternativas” na população jovem, desde a pandemia da Covid-19, e pela popularidade do tarô, da astrologia, da bruxaria etc. (L'Express, agosto 2023). Por fim, por mais que haja uma certa demanda de adivinhação, as consultas de tarô respondem a várias necessidades: introspeção, ter mais clareza sobre uma situação profissional ou pessoal confusa, ser escutado em um contexto que não seja o da consulta com psicólogo. A escolha da França como campo de pesquisa foi motivada pela

familiaridade com o contexto local, considerada um fator que favorece a melhor compreensão das entrevistas e dos conteúdos observados *on-line*.

Este trabalho de pesquisa caracteriza-se por uma metodologia etnográfica e interpretativa (Glaser; Strauss, 1967; Bahl; Milne, 2006). Este artigo não utilizou ferramentas de Inteligência Artificial Generativa (IAG) em nenhuma etapa de sua elaboração.

A rede social Instagram, baseada na divulgação de fotos e de comentários, foi uma fonte de observações não participantes (Beuscart *et al.*, 2009), seguindo os princípios da etnografia digital (Kozinets, 2010; Hine, 2015), observando as “narrativas digitais” (Dametto, Bonet-Marti, 2024). O Facebook continua sendo a principal rede social no mercado francês, seguido pelo Whatsapp e pelo Instagram (Statista, 2024). No entanto, o Instagram oferece recursos de teatralização que massificaram seu uso para fins comerciais — como fotos, transmissões ao vivo, vídeos curtos (os chamados “reels”) —, particularmente voltados à construção e à difusão de uma identidade de marca. Embora o Instagram seja particularmente usado por usuários mais jovens — das gerações Y (55%) e Z (67%) —, ele também é utilizado por pessoas da geração X (40%), o que permite o alcance de um público diversificado. As contas de Instagram foram selecionadas da seguinte forma: pesquisa personalizada e não personalizada a partir das palavras “tarô” e das *hashtags* “voyance” (vidência); “cartomancie” (cartomancia); “guidance” (orientação); “oracle” (oráculo); “tirage de cartes” (leitura de cartas); “tirage du jour” (leitura do dia) etc. Foram observadas dez contas de profissionais do tarô, durante seis meses, a um ritmo de uma a duas horas por dia, e 200 fotos por *screenshot* foram selecionadas. A coleta de fotos (Spinelli, 2007) por *screenshot* no Instagram e o estudo dos comentários foram acompanhados com anotações regulares.

Depois dessa fase de observações *on-line*, foram feitas entrevistas em profundidade, cada uma com duração de duas horas, com 5 dos 10 tarólogos observados que aceitaram a proposta de entrevista. Todos os entrevistados aceitaram por escrito ser entrevistados e foram informados do objetivo de

publicação em uma revista científica. A ideia era entrevistar os 10, mas infelizmente nem todos aceitaram participar. Enfim, foi feita uma análise de conteúdo a partir das publicações coletadas (Miles; Huberman, 2003). As informações sociodemográficas dos entrevistados estão resumidas na Tabela 1.

Depois de uma revisão teórica dos assuntos relacionados com a nossa pesquisa, apresentamos os principais resultados da pesquisa de campo, seguidos de uma discussão que coloca em perspectiva as observações de campo à luz da reflexão teórica.

1.1 O tarô atual entre consumo e busca terapêutica

O crescimento do desenvolvimento pessoal

As práticas de desenvolvimento pessoal visam ao crescimento do bem-estar do indivíduo em sua vida pessoal e/ou profissional, principalmente ao autoconhecimento e à busca de aprimoramento de suas competências interpessoais (Jaotombo; Brasseur, 2013; Réquilé, 2008). Não se trata de buscar a origem de eventuais problemas, mas sim de partir do indivíduo tal como ele é, para lhe fornecer ferramentas, desde que ele realize um “trabalho sobre si mesmo”. Os esforços a serem feitos se inscrevem em uma lógica de progresso contínuo face à tomada de consciência de seus pontos de melhoria. Seguindo esse princípio, dominar o significado das cartas do tarô permitiria ser independente em seu percurso de introspecção.

1.2 O tarô, um objeto polimorfo em constante evolução

O tarô é o resultado de um conjunto de processos sociais, artísticos e comerciais (Depaulis, 2013; Sosteric, 2014; Mollier, 2020). Segundo a literatura, as cartas de jogar tarô surgem no século XV na Itália. A utilização divinatória das cartas teria sido rara antes do século XVII (Beuchet, 2020), já que o tarô é,

primeiramente, um baralho que pode ser jogado sem a intenção de adivinhação (Farley, 2009). No século XVIII, Court de Gébelin dedicou parte de sua obra *Monde Primitif* ao estudo do tarô: “Du jeu des tarots”. Esses estudos assumem uma orientação esotérica, seguida também por Comte de Mellet e Aliette (Mathonière, 2000). No século XIX, o ocultismo desenvolve-se em especial nos grandes centros urbanos (Matot, 2018), o que populariza o tarô. Enfim, a partir da década de 1960, emergem muitos tarôs que se tornaram até hoje uma ferramenta de autoconhecimento, pela projeção de emoções e conteúdos psíquicos nas cartas (Nichols, 1994; Smetsky, 2006) e um processo de aprendizagem que pode ser quase iniciático (Tavares, 1999).

Seguindo a psicologia junguiana, os símbolos seriam conceitos ou ideias que o indivíduo não pode entender totalmente pela razão, mas que se comunicam com o seu inconsciente em conexão com o inconsciente coletivo (arquétipos), sendo esses elementos uma expressão dos ritmos e movimentos profundos da vida psíquica e espiritual (Jung, 1963). A diversidade atual de jogos implica diferentes representações dos símbolos nas cartas: o tarô de Marselha tem um estilo visual mais simples, enquanto o tarô Raider Waite oferece representações figurativas e concretas, e por isso é considerado mais acessível. As cartas são viradas, e o consulente as seleciona sem vê-las, o que leva a uma reflexão sobre o que parece como um processo inconsciente, guiado pela intuição (Denis, 2016). Assim, as cartas são selecionadas sem se saber por quê, mas também sem hesitação.

O tarô pode também ser compreendido sob a perspectiva da “eficácia simbólica” (Lévi-Strauss, 1958). As representações presentes nas cartas constituiriam uma linguagem simbólica que, mediada pelo tarólogo, levaria o consulente a expressar estados emocionais antes não formulados. A familiaridade com as cartas e o conhecimento dos seus símbolos dão acesso a um universo de sentido que se soma a outros fatores de explicação da realidade (Godelier, 2015).

Como objeto, o tarô tem uma dimensão estética e material que corresponde a diferentes lógicas de consumo. Enquanto jogo, o tarô mergulha seus usuários em um sistema completo, com suas regras, um equilíbrio de liberdade de interpretação e de limites e relações de significado entre as cartas. Para quem consulta, ainda que o uso das cartas seja sentido como algo sério, o momento da leitura é uma parte que pode ser vivida como uma forma de entretenimento (Caillois, 1967), uma aventura que tira o consulente de seu cotidiano e possibilita a construção de uma relação consigo mesmo de uma forma lúdica e exploratória (Allard; Vandenberghe, 2003).

Enfim, as cartas podem ser entendidas como “mercadorias emocionais” (Shachak, 2019) carregadas de conteúdos simbólicos mais ou menos compreendidos por quem as observa, mas sempre vetores de sentimentos que vão ecoar as suas experiências.

1.3 As redes sociais, vetores da popularização do tarô

O crescimento das redes sociais tem acompanhado o do “capitalismo de plataforma” (Benavent, 2016); o seu funcionamento algorítmico influencia a maneira de apresentar e vender uma oferta *on-line*, a visibilidade dos perfis na rede e o tipo de pessoas que podem ver a sua oferta (Acquier, 2017). Os tarólogos não são inicialmente influenciadores, mas podem assumir esse papel se alcançarem certo número de seguidores. Assim, Pereira-Ribeiro, Vidal e Souza (2024), em seu artigo sobre as transformações do ritual de leitura de cartas no contexto digital, apontam uma evolução das práticas profissionais rumo à adoção dos códigos do empreendedorismo digital, para além das características específicas da profissão. Sua legitimidade é construída com base na satisfação de seus clientes, baseada em grande parte na empatia que sentem e na impressão de que sua interpretação “se encaixa” na experiência do cliente, por meio de leituras e eventuais formações que possam justificá-la.

No entanto, os suportes utilizados para comunicar os serviços oferecidos e a maneira de se apresentar desempenham um papel na adesão do público e na criação de uma legitimidade. Sedda, Botero e Hernandez (2022) descrevem assim um tipo de influência que faz parte da construção estratégica de uma identidade *on-line* e do domínio da percepção do público. O discurso que sustenta a oferta proposta baseia-se numa mistura de informações pessoais, de elementos que descrevem a oferta e seus benefícios para o cliente e, por último, insere-se num universo mais amplo (bem-estar, vidência, desenvolvimento pessoal etc.).

As redes sociais oferecem ferramentas de popularização da oferta. Gay (2012) descreve uma dinâmica de padronização, circulação e reapropriação impulsionada pelo enquadramento industrial próprio da plataforma. Por exemplo, no Instagram, há o formato do *reel*, os filtros e a *story*. Por outro lado, a observação do que fazem os outros usuários leva a uma uniformização das ferramentas e das estratégias de comunicação. O uso desses suportes no contexto das redes sociais inscreve a oferta de tarô em um paradigma de ludicização do consumo e da cultura (Bonenfant et Genvo, 2014), pelo recurso a jogos com objetivos promocionais e pelas ferramentas *on-line*. Os *hashtags* permite categorizar as fotos, ligando-as a universos de significados e favorecendo o processo de adesão (Manovich, 2017).

2. Principais resultados da pesquisa de campo

2.1 Uma relação ambivalente com a adivinhação, relativizada ou reformulada

A observação das contas do Instagram revela uma miscelânea de referências associadas ao tarô: adivinhação, magia, empreendedorismo, ioga, espiritualidade, *mindfulness*, psicologia, psicanálise etc. A abundância de baralhos de tarô no mercado e o grande número de contas de *tarologia* ou *cartomancia* no Instagram tranquilizam tanto os consulentes quanto os tarólogos, pois consumir tarô teria se tornado algo mais comum, o que inscreveria a prática

na normalidade. A observação das contas permitiu a identificação de três perfis de tarólogos: profissionais que oferecem leitura relacionada com a adivinhação, com referências ao chamado universo “místico-esotérico” (Champion, 1994); profissionais oferecendo leitura eventualmente relacionada com a adivinhação, sem referências específicas ao universo místico-esotérico e com uma linguagem orientada para o desenvolvimento pessoal; e, finalmente, profissionais que oferecem leitura com o objetivo de responder a questionamentos pessoais ou profissionais sem ligação com a adivinhação, ou pelo menos sem que isso apareça na comunicação on-line. Os nossos entrevistados se inscrevem mais nas duas últimas tendências. *“É mais uma questão de autoconhecimento do que saber o que vai acontecer”* (M.). Uma eventual orientação para o futuro pode ser diluída numa postura mais concreta, o que não impede que haja por trás da pergunta a expectativa de uma certa dose de previsão. Os pedidos explícitos de adivinhação são tratados com prudência, dependendo da atitude do consulente e do objeto do pedido: *“Se eu sinto que a pessoa não vai pensar que se trata de algo definitivo, posso fazer um pouco de adivinhação.”* (S.)

2.2 O tarô como produto de consumo estético e lúdico

Além da consulta, as cartas têm uma dimensão estética e artística que estimula a compra de novos baralhos, ou mesmo a colecioná-los: baralhos mangá, de anjos, etc. A dimensão estética das cartas participa da estratégia de comunicação on-line, pela teatralização das postagens, por exemplo cores das cartas que combinam com o fundo e os detalhes da imagem e uso das ferramentas da plataforma Canva.

Os símbolos originais do tarô mantêm-se, mas podem ser desenhados de forma diferente, reinterpretados e às vezes simplificados para ficarem mais acessíveis: *“Em alguns baralhos, há um lado suavizado, em que só são reproduzidos os símbolos... há algumas cartas bonitas... mas não têm a mesma intensidade”* (W.). Além da aventura da descoberta de si pelas cartas, que transforma a introspecção em

jogo, a abordagem do tarô escolhida pelo tarólogo também pode ter um tom lúdico. De fato, alguns profissionais não se identificam com uma visão muito séria do tarô, o que se reflete na sua atitude nas fotos, no seu estilo narrativo e no humor.

A dimensão material também tranquiliza o consulente, pois o discurso do praticante baseia-se no baralho, ele não o inventa. Ao mesmo tempo, o caráter concreto da carta reforça a mensagem que ele transmite: *“Seja qual for a questão, existe a carta, está aí, preto no branco, não se pode mais tergiversar... algo pode se encaixar.”*

A acessibilidade do tarô, que permite fazer perguntas e obter respostas imediatas, pode levar os consulentes a recorrerem frequentemente a essa fonte de informação sem associar essa abordagem a um processo de introspecção. Nesse caso, trata-se de um consumo de respostas com o objetivo de obter um esclarecimento ou de se tranquilizar pontualmente, ou ainda de viver uma experiência lúdica sem consequências. *“Pode haver uma certa superficialidade, com pessoas que vão encadear perguntas e respostas, mas sem nunca se empenhar realmente em compreender profundamente seu modo de funcionamento” (T.).*

2.3 O impacto das estratégias de comunicação digital nos conteúdos

A observação permite notar a regularidade de certos temas de publicação: a carta do dia, a energia da semana, determinados assuntos (*sucesso do meu projeto; do que quero me libertar; quais são minhas competências*). Observamos abordagens promocionais: por exemplo, concursos que oferecem uma tiragem gratuita. O uso da live possibilita que os seguidores interajam entre si, e a republicação dessas lives para aqueles que não estavam presentes assistirem depois. O uso de stories em destaque visa a deixar certos conteúdos acessíveis de forma permanente, pois fazem parte dos aspectos biográficos e estratégicos da conta: história e trajetória do tarólogo, oferta proposta, preços, testemunhos etc. As stories clássicas permitem ativar a curiosidade, o sentimento de urgência, pois não serão mais

visíveis depois. Elas também são usadas para lançar eventos promocionais (exemplo: *até hoje às 22h, duas perguntas por 10 euros*), fazer uma pergunta que estimule a atenção (exemplo: *e para você, quem é o Mago?*), republicar um conteúdo externo em consonância com o perfil do tarólogo.

2.4 A valorização das emoções e o reencantamento da psicologia pelo recurso à intuição

As cartas e sua carga emocional e simbólica são utilizadas como suporte para projeções dos sentimentos profundos dos consulentes. *“Procuramos fazer a pessoa reagir, ver o que ressoa nela.”* (M.). A atenção dada à experiência emocional do consulente, o prazer visual ligado às cartas e a dimensão lúdica de ouvir a história contada pelas cartas, permitem uma exploração de si mesmo e de seus questionamentos que parece mais livre *“A carta conta uma história que a pessoa vai aprofundar, continuar... é mais leve, menos sério”* (L).

A interpretação das cartas baseia-se no conhecimento dos símbolos e, portanto, em leituras e eventualmente em uma formação. No entanto, a dimensão intuitiva é amplamente destacada e reivindicada como o que dá sentido e individualiza a consulta: *“Quanto mais você progride, mais o papel da intuição é importante ... os símbolos falam com você”* (S.)



Post de leitura temática do verão: *“Toda semana, seleciono uma carta entre os 78 arcanos do tarô...use a sua intuição para interpretar a carta em relação à pergunta.”*

2.5 A orientação da oferta para o desenvolvimento pessoal

Observa-se, no Instagram, a predominância de temas relacionados ao desenvolvimento pessoal, especialmente por meio de um vocabulário voltado para a ação, a expressão de valores individuais e as competências emocionais: *foco, energias; trabalho em si mesmo; alinhamento; fluidez; transformação, mudança* etc. Nas entrevistas, apareceu a ideia de que o tarô é uma ferramenta para identificar pontos de resistência e colocar-se em movimento. A noção de livre-arbítrio, frequentemente mencionada, reforça a ideia de uma abordagem proativa pelo consulente que está disposto a fazer esforços para obter resultados: “O tarô lhe dá uma vantagem para poder se orientar de uma maneira que lhe convém” (W.).

A observação permite perceber que os perfis orientados para a adivinhação não deixam de recorrer a um estilo narrativo que se inscreve no desenvolvimento pessoal.



Do Instagram de um tarólogo.

Essa conta de Instagram de um tarólogo descreve as suas atividades como *vidência e rituais* (na sua bio). *Basta acreditar...o universo planejou tudo; não basta apenas esperar que as coisas aconteçam, é preciso criar aquilo que queremos viver.* Apesar da referência a vontade do universo, a responsabilidade individual sobre o próprio caminho é enfatizada.

2.6 A potencial orientação da consulta para os princípios da relação de ajuda

A escuta atenta, a empatia, a adaptabilidade e a disponibilidade para com o outro, características das bases da relação de ajuda, aparecem pouco nas publicações observadas, mas ocupam um lugar muito importante nos discursos dos entrevistados. De fato, é difícil mostrar visualmente os elementos que compõem a relação de ajuda. Os entrevistados têm consciência de sua responsabilidade ao responder às perguntas do consulente e do impacto que certas palavras podem ter em uma pessoa fragilizada. Por um lado, a história contada pelas cartas ajuda o consulente a conhecer os seus limites e oferece um panorama emocional que pode ajudá-lo a avançar; por outro lado, pode ser desestabilizadora. Como objeto mediador na consulta, pois permite a expressão de emoções autênticas e o início de um processo construtivo, a mensagem do tarô deve ser formulada de maneira respeitosa à sensibilidade de cada um. Quando retornos positivos de clientes são publicados, vê-se que a atitude empática é destacada, com menção à atenção, à disponibilidade e à capacidade de escuta do tarólogo: *“não se pode contar às pessoas qualquer coisa de qualquer jeito... (S.)*

3. Discussão

Nossa pesquisa sugere que o tarólogo adota uma postura híbrida, situando-se na interseção entre espiritualidade, universo mágico e abordagem psicoemocional, em proporções variadas. Além desses aspectos relacionados com o tarô em si, ele deve ter a competência de contador de histórias. O tarô, afinal, conta uma história que fala, de maneira indireta, do consulente. Esse pertencimento a universos variados contribui para a legitimidade do tarólogo.

Também, justifica o interesse da consulta para alguém que não se sentiria pronto para se dirigir por exemplo a um psicólogo, mas que mesmo assim sente a necessidade de se beneficiar de uma escuta atenta e benevolente, voltada para um acompanhamento flexível ou para um atendimento pontual. Dependendo da forma como o tarólogo concebe sua profissão, ele criará um perfil que refletirá mais intensamente as suas prioridades.

A forma de lidar com a questão da adivinhação é sintomática dessa postura de flexibilidade e de liberdade assumida para com esse tipo de expectativa. Nas entrevistas, aparece a vontade de manter uma certa distância com a adivinhação, a fim de proteger o cliente e manter-se longe de uma categorização que não corresponda ao posicionamento que o profissional escolheu na rede. Porém, dependendo da atitude do cliente, a demanda de adivinhação pode ser atendida com cautela, eventualmente com a reformulação da pergunta, de modo que ela se torne mais um questionamento para o desenvolvimento pessoal e menos um pedido de projeção para o futuro. De fato, a popularidade das narrativas relacionadas ao desenvolvimento pessoal, em sintonia com uma sociedade que valoriza a autonomia e a capacidade de se sair bem sozinho, pode incitar os profissionais do tarô a adotarem esse discurso na sua comunicação digital.

A inscrição do tarólogo no mundo digital e a submissão às regras da rede também impactam a maneira de categorizar a profissão e a oferta de serviços, pela formulação da bio, pela escolha das fotos etc. Outro fator é a influência do algoritmo, que tende a ser variável, modificando as regras do jogo. Além disso, vemos que o que aparece na conta Instagram pode ser apenas uma vitrine que se enquadra nas expectativas dos clientes e da rede, criando a imagem mais coerente possível do perfil dos tarólogos, mas sem representar a totalidade da sua abordagem no tarô (caso de quem faz adivinhação sem que isto esteja no perfil). A diversidade de referências em conjunto – por exemplo, narrativas ligadas ao desenvolvimento pessoal e outras que remetem a um esoterismo um pouco clichê – não parece ser percebida como contraditória. Pelo contrário, responde à necessidade de criação de um ambiente virtual diferente feito da associação de vários fatores de atração para o público-alvo.

A partir do conhecimento teórico das cartas, o tarólogo precisa ter a capacidade de tornar inteligível o conteúdo da leitura para o consulente. É nessa dimensão da leitura que a intuição faz toda a diferença. Ela permite formular

uma interpretação que faça sentido, pela personalização da mensagem das cartas, dependendo da situação específica do consulente e das suas necessidades.

A intuição também permite evitar uma sobrecarga de informações que pode dificultar suas decisões. Assim, diante da profusão de significados das cartas, a intuição daria acesso aos que seriam mais pertinentes no momento para o consulente (Hayashi, 2001). A capacidade de perceber o estado emocional do consulente é um indicador da empatia e da qualidade de escuta do tarólogo.

A postura característica da relação de ajuda (empatia e escuta ativa, particularmente) poderia ser entendida como um elemento que amenizaria a leitura, preservando o consulente de respostas emocionalmente difíceis. Também potencializa retornos positivos: de fato, se o consulente se sentiu escutado com benevolência, ele terá uma experiência melhor da consulta. Esse aspecto pode justificar a consulta com um profissional, em vez de uma autoleitura que deixaria a pessoa sozinha com as suas dúvidas.

Para o consulente, a leitura pode ser experimentada de diversas formas. Pela observação no Instagram, tivemos acesso a alguns comentários, e os entrevistados se lembravam da atitude dos seus clientes. Os testemunhos on-line, porém, eram sempre positivos, o que poderia ser o sinal de que os negativos não aparecem. Podemos levar em consideração que os elementos de apreciação frequentemente têm a ver com a atitude benevolente do tarólogo, além do fato de ter acertado na interpretação.

O uso do tarô pode aparecer como uma ferramenta de *empoderamento* (Thompson, 2004) a ser utilizada para progredir em um caminho de autocompreensão, desde que se tenha discernimento. A sensação de empoderamento passa pela aprendizagem das cartas, que traz a satisfação de falar a linguagem do tarô. Também pode dizer respeito ao fato de treinar a própria intuição, usando assim o jogo como um meio de tentar desenvolver essa habilidade.

Ao mesmo tempo, um uso muito frequente do tarô talvez impeça o consulente de confiar nas suas próprias capacidades de tomar decisões. Esse tipo

de comportamento também se aplica à autoprática, quando a pessoa se torna seu próprio tarólogo, podendo então recorrer às cartas quando quiser.

Finalmente, o tema do livre-arbítrio volta regularmente, nas entrevistas e na observação on-line. Os tarólogos lembram que, mesmo que a interpretação de uma leitura sugira uma orientação futura, ela poderá ser relativizada, esperando-se que o consulente não acredite totalmente nisso, e devolvendo-lhe a responsabilidade pelo cumprimento do que é anunciado. No caso da publicação de leituras temáticas públicas, aparecem frequentemente frases como: *veja o que faz sentido para você e ignore o resto*. A ideia é então relativizar a universalidade da interpretação e lembrar a pessoa de que ela precisa ter discernimento.

Graças às cartas e à sua carga simbólica, emocional e lúdica, o tarô favorece, seguindo os nossos resultados, um certo reencantamento do processo de introspeção baseado no poder das imagens, na intensidade do momento e no convite a uma exploração intuitiva (Holbrook e Hirschman, 1982). Esse papel de suporte projetivo permite também a revelação do que não se consegue verbalizar.

Os significados das cartas, que podem parecer contraditórios, levam a acolher a ambivalência das situações, desejos e medos que habitam o ser humano. Nesse sentido, o conhecimento das cartas convida a considerar diferentes necessidades, possíveis respostas a essas necessidades, e a mostrar tolerância em relação aos próprios questionamentos e aos dos outros.

O tarô pode ser compreendido como um objeto mediador (Quinton, 2007) da relação tarólogo-consulente. De fato, abre a expressão das emoções do consulente enquanto também possibilita ao tarólogo apoiar-se em uma base concreta para dar vazão à sua intuição, a fim de ajustar a interpretação à problemática do consulente.

Além disso, o tarô pode também desencadear a intuição do consulente, ainda mais se tiver o hábito de fazer autoleitura. Essa percepção, nem sempre formulada, vem nesse caso completar a interpretação formulada pelo tarólogo a partir da própria intuição. Na teoria freudiana (Freud, 1922), a intuição expressa uma coisa ou um sentimento que já vivemos. Nesse sentido, a interpretação do

tarólogo influenciada pela própria intuição faria sentido sobretudo para ele mesmo. A sua capacidade de não se identificar totalmente com o consulente seria, então, fundamental. Mas até que ponto é possível ter consciência disso? O conhecimento teórico das cartas parece ser então um elemento de estabilidade na leitura, além das percepções individuais.

Devido a sua natureza de jogo, o tarô se inscreve em um paradigma lúdico. Também vimos que alguns tarólogos adotam uma comunicação mais bem-humorada, conferindo ao tarô uma imagem mais leve e divertida. Os diversos estilos e estéticas das cartas reforçam essa característica lúdica e, com a teatralização dos símbolos, têm um poder de atração que depende do imaginário preferido de cada consulente. A relativa banalização do tarô e sua inserção em universos populares pode contribuir para tranquilizar o consulente, pois a experiência permanece lúdica e marcada pela lógica do consumo. Esse processo massivo de teatralização gera uma certa uniformização que torna estratégico o fato de conseguir contar uma história diferente (Salmon, 2007) para captar a atenção do usuário digital. Finalmente, a impregnação do tarô por esses imaginários levanta a questão do seu impacto sobre a percepção do jogo pelo consulente: até que ponto pode ser tocado pelo poder de evocação inconsciente dos símbolos que, às vezes, somem ou parecem ser diluídos em diversos imaginários que se sobrepõem? No entanto, a representação de um universo imaginário (tarô das fadas, dos unicórnios etc.) pode suavizar a mensagem formulada pelo tarólogo. O tarô poderia talvez ser definido como “jogo sério” (serious game⁴) no sentido literal: uma experiência lúdica, fora da realidade, mas que implica o envolvimento emocional do consulente.

⁴ *Serious game* é uma aplicação digital cujo objetivo vai além da diversão, envolvendo aprendizado, comunicação ou difusão de informação, com recursos lúdicos inspirados nos games (Deterding et al., 2014).

Considerações finais

Ao longo desta pesquisa, evocamos a história do tarô e seus desdobramentos entre jogo e jogo divinatório, em um contexto de crescimento progressivo do seu consumo no mercado, especialmente no comércio digital e nas redes sociais. A partir de um estudo etnográfico digital e de entrevistas em profundidade, exploramos as modalidades do relacionamento tarólogo-consulente-tarô, mais particularmente a sua potencial inscrição na busca de bem-estar emocional, no cenário da digitalização da comunicação sobre o tarô e do seu papel nas estratégias de teatralização on-line.

Os principais ensinamentos deste trabalho dizem respeito à relação ambivalente dos tarólogos com a adivinhação, que pode ser relativizada e reformulada; ao tarô como produto de consumo estético e lúdico; à valorização das emoções e ao reencantamento da introspeção pela estimulação da intuição; à orientação relativa da oferta para o desenvolvimento pessoal; à potencial inscrição da consulta nos princípios da relação de ajuda. A consulta pode ser entendida como o lugar de diversos modos de expressão da intuição, dependendo das etapas da leitura.

Essa elaboração é construída a partir do conhecimento prévio das cartas e da intuição, em proporções variáveis, próprios de cada tarólogo. De fato, depende da sua experiência, além das técnicas que pode usar: ler ou não as cartas no avesso, o número de cartas e a sua disposição etc. As qualidades associadas à relação de ajuda podem estar presentes na interação tarólogo-consulente: nesse contexto, elas humanizam a consulta e contribuem para a personalização da leitura (principalmente por meio da escuta ativa e da empatia).

O tarô pode ser a expressão de um estilo de vida que preza a introspeção e a imaginação. Na leitura, ele se torna um objeto mediador, suporte projetivo e compasso no caminho da consulta. Se o consulente tiver conhecimento do tarô, ou pela própria intuição, ele pode questionar certos aspectos da interpretação que lhe foi feita. Nesse caso, qual seria a interpretação justa? Esta pergunta está

sempre em aberto, e mostra que o essencial talvez seja a adequação da leitura no instante em que o consulente está pronto para ouvir. Além disso, o tarô faz parte de um mercado estendido com múltiplos produtos, estilos e estéticas que encorajam o apego ao objeto em si, e eventualmente contribuem para o reencantamento do caminho introspectivo.

Finalmente, o tarô, como suporte projetivo que favorece a expressão de emoções e intuições, parece se aproximar de uma certa cultura terapêutica orientada para as emoções e o bem-estar. A inscrição nos princípios da relação de ajuda pode não ser sistemática (caberia realizar mais entrevistas com tarólogos e com consulentes para aprofundar esse tema), mas tende a tornar as consultas ao mesmo tempo mais reconfortantes e eficientes, pela personalização e pela adaptação às necessidades do consulente no momento.

Quanto ao desenvolvimento pessoal, suas narrativas estão muito presentes na comunicação on-line. Isso mostra uma popularização desse discurso, ampliando o poder de atração de vários serviços ligados ao bem-estar, ao coaching e afins. Para os tarólogos, trata-se também de uma opção para criar um perfil mais distanciado da adivinhação ou, pelo menos, torná-la mais acessível por meio de uma linguagem ao mesmo tempo simplificada e atrativa.

Tabela das entrevistas com os tarólogos:

T.	30	Masculino	pardo
L.	28	Feminino	branca
M.	32	Feminino	branca
S.	35	Feminino	branca
W.	45	Masculino	branco

Tabela 1 – Informações dos entrevistados.

REFERÊNCIAS

ACQUIER, Aurélien. Retour vers le futur ? Le capitalisme de plate-forme ou le retour du “domestic system”. *Le Libellio, AEGIS*, v. 13, n. 1, p. 87-100, 2017.

ALLARD, L.; VANDENBERGHE, F. Express Yourself! Les pages perso: entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer-to-peer. *Réseaux*, n. 117, p. 191-219, 2003.

BAHL, Shalini; MILNE, George R. Mixed methods in interpretive research: an application to the study of the self concept. In: BELK, Russell W. (org.). *Handbook of qualitative research methods in marketing*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2006. p. 198-217.

BENAVENT, Christophe. *Plateformes: sites collaboratifs, marketplaces, réseaux sociaux... comment ils influencent nos choix*. Limoges: Fyp Editions, 2016.

BEUCHET, Gwennaël. Le tarot dans tous ses états: « cartomancie »: entre réel et imaginaire. Propos recueillis par Pierre Mollier. *La Chaîne d'Union*, v. 1, n. 91, p. 19-24, 2020.

BEUSCART, J.-S. ; CARDON, D., PISSARD, N. ; PRIEUR, C. Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? Les usages de Flickr. *Réseaux*, v. 2, n. 154, p. 91-129, 2009.

BONENFANT, Maud; GENVO, Sébastien. Une approche située et critique du concept de gamification. *Sciences du Jeu*, n. 2, p. 1-9, 2014.

BONOMELLI, Marc. *Les nouvelles routes du soi*. Paris: Arkhê, 2022.

CAILLOIS, Roger. *Les jeux et les hommes*. Paris: Gallimard, 1967.

CHAMPION, Françoise. La nébuleuse mystico-ésotérique, une décomposition du religieux entre humanisme revisité, magique, psychologique. In: *Le défi magique: ésotérisme, occultisme, spiritisme*. CREA: Pul, 1994. v. 1.

DAMETTO, Cibele; BONET-MARTI, Jordi. Netnography of women's cyberactivism against environmental denialism on Instagram. *Profesional de la Información*, v. 33, n. 1, p. 1-14, 2024.

DENIS, Anne. De la sensation à l'intuition. *Revue Française de Psychanalyse*, v. 73, n. 2, p. 441-472, 2016.

DEPAULIS, Thierry. *Le tarot révélé: une histoire du tarot d'après les documents*. La Tour-de-Peilz: Musée Suisse du Jeu, 2013.

DETERDING, Sébastien ; DIXON, Dan ; KHALED, Rilla ; NACKE, Lennart. Du game design au gamefulness: définir la gamification. *Sciences du Jeu*, n. 2, p. 2-18, 2014.

FARLEY, Helen. *A cultural history of tarot: from entertainment to esotericism*. London: I.B. Tauris Publishers, 2009.

FREUD, Sigmund. *Psychopathologie de la vie quotidienne: sur l'oubli, le lapsus, le geste manqué, la superstition et l'erreur*. Paris: Payot, 1922.

GHASARIAN, Christian. Réflexion sur les rapports entre le corps, la conscience et l'esprit dans les représentations et pratiques néo-chamaniques. In: SCHMITZ, O. (org.). *Les médecines en parallèles: multiplicité des recours au soin en Occident*. Paris: Karthala, 2006.

GAY, Déborah. Scénaristes et réseaux sociaux numériques: la mise en place d'une nouvelle reconnaissance? *Études de Communication*, n. 55, p. 53-67, 2012.

GLASER, Barney G.; STRAUSS, Anselm L. *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine, 1967.

GODELIER, Maurice. *L'imaginé, l'imaginaire et le symbolique*. Paris: CNRS Éditions, 2015.

HAYASHI, Alden. When to trust your gut. *Harvard Business Review*, v. 79, n. 2, p. 59-65, fev. 2001.

HINE, Christine. *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury, 2015.

HOLBROOK, Morris B.; HIRSCHMAN, Elizabeth. The experiential aspects of consumption: consumers fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*, v. 9, n. 2, p. 132-140, set. 1982.

JAOTOMBO, Franck; BRASSEUR, Martine. Le développement personnel: opérationnalisation d'un modèle de mesure pour la recherche et les pratiques. *GRH*, v. 3, n. 8, p. 67-92, 2013.

JUNG, Carl Gustav. *L'âme et la vie*. Paris: Livre de Poche, 2000. (Edição original: 1963).

KOZINETTS, Robert V. *Netnography: doing ethnographic research online*. London: Sage, 2010.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Anthropologie structurale*. Paris: Plon, 1958.

L'EXPRESS, 16. de Agosto, 2023. https://www.lexpress.fr/sciences-sante/lesoterisme-un-filon-magique-pour-ledition-CJOSCOHNMNAYBJ6PMU3NWRZ3EQ/?cmp_redirect=true

MANOVICH, Lev. *Instagram and contemporary image*. Creative Commons license, 2017.

MATHONIÈRE, Jean M. Tarot et art de mémoire, ou l'art d'accommoder les symboles. *La Chaîne d'Union*, n. 12, 2000.

MATOT, Bertrand. *Paris occulte*. Paris: Éditions Parigramme, 2018.

MILES, Matthew B.; HUBERMAN, A. Michael. *Analyse des données qualitatives*. Bruxelles: De Boeck, 2003.

MILLER, Chris. How modern witches enchant TikTok: intersections of digital, consumer and material culture(s) on WitchTok. *Religions*, v. 13, n. 118, p. 3-22, 2022.

MOLLIER, Pierre. Le tarot, un univers de symboles. *La Chaîne d'Union*, v. 1, n. 91, p. 3, 2020.

NICHOLS, Sallie. *Jung e o tarô: uma jornada arquetípica*. São Paulo: Cultrix, 1988.

PEREIRA RIBEIRO, Listhiane; VIDAL E SOUZA, Candice. O tarô online e as transformações de uma prática oracular. *Revista Mundaú*, n. 15, p. 311-332, 2024.

PIETSCHMANN, Inès-Sophie; MERTZ, Marcel. Humanisme médical et médecine complémentaire alternative et intégrative. *Archives de Philosophie*, t. 83, p. 83-102, 2020.

QUINTON, Philippe. L'artefact: un objet du faire. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, v. 2, n. 8, 2007.

RÉQUILÉ, Elise. Entre souci de soi et réenchantement subjectif. Sens et portée du développement personnel. *Mouvements*, v. 2, p. 65-77, 2008.

ROGERS, Carl. *Le développement centré sur la personne*. Paris: Dunod, 1968. (Collection Psychologie Sociale).

SALMON, Christian. *Storytelling: la machine à fabriquer les images et à formater les esprits*. Paris: La Découverte, 2007.

SHACHAK, Mattan. (E)changer les sentiments : de la marchandisation des émotions à la psychothérapie. In : ILLOUZ, Eva. (dir) *Les marchandises émotionnelles*. Paris: Premier Parallèle, 2019.

SEDDA, Paola; BOTERO, Nataly; HERNANDEZ, Myriam Orellana. Influenceurs et influenceuses santé: les récits et les savoirs du corps sur les réseaux sociaux. *Études de Communication*, n. 58, p. 7-24, 2022.

SMETSKY, Inna. Tarot as a projective technique. *Spirituality and Health International*, v. 7, p. 187-197, 2006.

SOSTERIC, Mike. A sociology of tarot. *Canadian Journal of Sociology*, v. 39, n. 3, 2014.

SPINELLI, Luciano. Techniques visuelles dans une enquête qualitative de terrain. *Sociétés*, v. 2, n. 96, p. 77-89, 2007.

STATISTA. France: part des internautes inscrits sur les réseaux sociaux. Disponível em: <https://fr.statista.com/statistiques/491792/france-reseaux-sociaux-messageries-instantanees-penetration/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

TAVARES, Fátima. Tornando-se tarólogo: percepção “racional” versus “percepção” intuitiva entre os iniciantes no Tarot no Rio de Janeiro. *Nu-men: Revista de Estudos e Pesquisa da Religião*, v. 2, n. 1, p. 97-123, 1999.

TEMANER-BRODLEY, Barbara; SALLY, Marion; DUCROUX-BIASS, Françoise. Directives pour commencer à pratiquer la thérapie en approche centrée sur le client. *Approche Centrée sur la Personne: Pratique et Recherche*, n. 9, v. 1, p. 38-47, 2009.

TISSERON, Serge. *L'empathie au cœur du jeu social*. Paris: Éditions Albin Michel, 2010.

THOMPSON, Craig. Marketplace mythology and discourses of power. *Journal of Consumer Research*, v. 31, n. 1, p. 162-180, jun. 2004.

VIGARELLO, Georges. *Histoire de la fatigue: du Moyen Âge à nos jours*. Paris: Éditions du Seuil, 2020.

Recebido em: 12/06/2024,

Aprovado em: 09/07/2025.