

Sapo de Fora



Oscar Quiroga — astrólogo



Por Cid Torquato

O maior valor da astrologia é a capacidade de coordenar tecnicamente as atividades como fatos astrológicos, até na hora de anunciar um novo produto.

Revista da Criação: Pra que serve a publicidade?

Oscar Quiroga: Basicamente, para vender.

RC: Qual a relação entre publicidade e cultura?

OQ: A publicidade acaba ocupando espaços culturais de forma bastante parecida com a religião e o próprio esoterismo.

RC: Como vê a ligação entre publicidade e entretenimento?

OQ: Muitas vezes, na televisão, ver as propagandas é melhor do que ver o próprio programa. Às vezes, são tão atrativas que você se lembra muito bem da propaganda, mas não do produto. A criatividade publicitária consegue produzir conceitos que realmente chamam a atenção das pessoas e acabam também entretendo.

RC: Como vê a utilização da astrologia e do esoterismo pela publicidade?

OQ: São temas relativamente pouco explorados. Os anunciantes se sentem pouco à vontade em associar o nome dos seus produtos à simbologia esotérica. A rixa entre o esoterismo e a religião ainda é muito grande, e a religião vence de goleada. O esoterismo ainda é maldito. Há, ainda, muito pouco esclarecimento e respeito quanto ao fato de que existe algo importante por trás do esoterismo e de que é hora de deixar de insultar o público que aceita e acredita no assunto. Claro que, como em toda área, há picaretas e há bons profissionais. Picaretagem não é exclusividade do esoterismo, nunca foi.

RC: Do que gosta na publicidade atual?

OQ: Admiro a criatividade e a capacidade de síntese fora do comum. Um comercial em poucos segundos consegue sintetizar emoções comparáveis às de filmes hollywoodianos de duas horas. O humor é uma outra via muito legal, te oferecendo a possibilidade de rir de um problema com um passo além; como a superação do próprio problema. Uma campanha da qual gosto bastante é a do ratinho, da "Folha de S. Paulo", que é ao mesmo tempo trágica e cômica.

RC: Do que não gosta?

OQ: Não gosto quando a propaganda é enganosa, quando tenta vender um produto deturpando-o, como acontece muito no meu próprio meio. Há sérios casos de propaganda tentando vender produtos esotéricos inexistentes. Por trás, estão pessoas que só querem lucrar com o mercado, que apresenta uma demanda crescente por respostas esotéricas. É uma questão de ética. Acho condenável, mas inevitável. Porém, nesses casos, entendo que não depende apenas



Comercial dos classificados da "Folha"

do empresário ou do publicitário. Depende, e muito, de quem está consumindo. É a massa dos consumidores quem estaria no comando se entendesse o poder de mando que tem. Outra coisa insuportável para mim são os comerciais com a Carla Perez ou com o grupo É o Tchan.

RC: Como vê o Walter Mercado?

OQ: Ele caiu como uma luva neste apelo do mercado, atendendo à demanda da carência das pessoas. Só que é uma deturpação, um grande desserviço à astrologia. Mas também existem astrólogos que são bons e sérios. O problema é

que fica tudo tão misturado, que não dá para diferenciar. O discurso é o mesmo. Porém, por outro lado, veja a propaganda dos bancos em geral. Quer coisa mais enganosa? Insistem na idéia de que vão tratar a gente bem, que vão fazer você ganhar dinheiro e é tudo mentira! São eles que vão ganhar muito dinheiro em cima das nossas contas.

RC: Você é afetado pela publicidade?

OQ: Com certeza! Sou profundamente seduzível pela propaganda.

RC: Faria publicidade?

OQ: Daria um depoimento, apenas se acreditasse no produto. Já figurei em uma chamada comercial, porque já tive uma linha 0900. Com certeza me prestaria a fazer propagandas sociais, campanhas de coletas de fundos e de recuperação da cidadania.

RC: Que mensagem dá aos publicitários?

OQ: Tornar a propaganda um veículo de transformação social não está nas mãos dos publicitários, que respondem à demanda do industrial, do comerciante, e são, em geral, passivos. Poucos conseguem ser "subversivos" e embutir idéias e conceitos mais ousados. Não são verdadeiros criadores, verdadeiros artistas. Estão limitados pelas exigências do mercado. Porém, não me atrevo a fazer críticas. É tudo muito complexo. As forças antagônicas que estão se degladiando dentro da gente são terríveis. E faz parte da colaboração mútua criticar menos e ver que cada um de nós está tentando fazer tudo da melhor maneira possível. Não dá para ser o único rebelde no meio da história, porque a única coisa que você vai conseguir é a resistência máxima. O melhor é ir fluindo, amenizando as coisas, contemporizando o máximo possível, para aí, sim, transformar o mundo. A colaboração mútua é imprescindível.

RC: Qual é o papel da astrologia?

OQ: É uma forma de entender a natureza do universo e das pessoas, como se em uma sinfonia. É uma ponte entre o mundo material e uma realidade da qual pouco se conhece. A maior parte de nós está vivendo uma grande crise existencial. Todos os padrões morais que recebemos, todas as instituições que herdamos estão falidas, decadentes. Não há Deus que não tenha sido profanado. Estamos entre o nada e a eternidade. O maior valor da astrologia é a capacidade de coordenar tecnicamente as ativi-



Comercial da Antarctica

dades como fatos astrológicos. Saber escolher qual o momento da atividade objetiva, qual o momento de descansar, de trabalhar, de pensar, de se exercitar e até de anunciar um novo produto. Trabalhar produtivamente das 8h da manhã às 6h da tarde, ainda que não corresponda com seu ciclo astral, é um grande absurdo da humanidade! A astrologia já foi a mãe dos calendários, mas depois a astronomia se apropriou deles e os tornou mais técnicos e rígidos. Em grande parte o stress que vivemos é causado por obedecermos a um calendário que não é o nosso pessoal.

RC: Quais são suas técnicas pessoais e profissionais de comunicação?

OQ: Minha carreira não se desenvolveu ao sabor do acaso, mas também não foi uma coisa muito planejada. Há gente talentosa que não é famosa e gente famosa que não tem talento nenhum. No meu caso, estava no meu mapa astral. Tive sorte de ter agradado com a minha linguagem. A espontaneidade e a naturalidade têm sido a minha regra básica.

Al. Sarutaiá, 380 - São Paulo - SP
Telefone (011) 254-2155
Fax (011) 288-3417 e 288-5842
slcine@wac.com.br

