

HOLOPENSENE MIDIÁTICO (HOLOPENSENOLOGIA)

I. Conformática

Definologia. O *holopensene midiático* é o ambiente intrafísico ou atmosfera pensênica instalada a partir de informações difundidas por aparatos da mídia, seja na comunicação impressa, eletrônica ou digital, fixadora de padrões quanto a comportamentos e atitudes, em geral, suscetíveis à mimetização.

Tematologia. Tema central neutro.

Etimologia. O elemento de composição *holo* deriva do idioma Grego, *hólos*, “total; completo; inteiro”. O vocábulo *pensamento* procede do idioma Latim, *pensare*, “pensar; cogitar; formar alguma ideia; pesar; examinar; considerar; meditar”. Surgiu no Século XIII. A palavra *sentimento* provém do mesmo idioma Latim, *sentimentum*, sob a influência do idioma Francês, *sentiment*, “sentimento; faculdade de receber as impressões físicas; sensação; conhecimento; fato de saber qualquer coisa; todo fenômeno da vida afetiva; emoção; opinião; bom senso”. Apareceu no Século XIV. O termo *energia* vem do idioma Francês, *énergie*, derivado do idioma Latim, *energia*, e este do idioma Grego, *enérgeia*, “força em ação”. Surgiu no Século XVI. O vocábulo *midiático* deriva provavelmente do idioma Francês, *médiatique*, “que diz respeito à mídia; que produz bom efeito nas mídias, especialmente na televisão”. A palavra *mídia* apareceu em 1960.

Sinonimologia: 01. Holopensene mediático. 02. Holopensene da comunicação de massa. 03. Holopensene informativo. 04. Holopensene jornalístico. 05. Holopensene publicitário. 06. Holopensene televisivo. 07. Holopensene radiofônico. 08. Holopensene persuasivo. 09. Atmosfera do discurso midiático. 10. Campo pensênico da comunicação.

Neologia. As 3 expressões compostas *holopensene midiático*, *holopensene midiático entrópico* e *holopensene midiático homeostático* são neologismos técnicos da Holopensenologia.

Antonimologia: 1. Holopensene pessoal. 2. Holopensene evolutivo. 3. Holopensene extrafísico. 4. Ambiente da comunex avançada. 5. Atmosfera tenepessológica.

Estrangeirismologia: o *fast food* informacional da *Internet*; o *Pensenarium*; o *medium*.

Atributologia: predomínio das faculdades mentais, notadamente do autodiscernimento quanto à heterocriticidade.

II. Fatuística

Pensenologia: o holopensene midiático; o holopensene pessoal da comunicabilidade; o holopensene grupal; os cognopenses; a cognopensenidade; os batopenses; a batopensenidade; as fixações holopensênicas; a pressão holopensênica; os grafopenses; a grafopensenidade; a retroalimentação pensênica; a fixação holopensênica provocada por fotos e filmes; a anomia autopensênica.

Fatologia: o papel da mídia na formação de opinião; a função social do jornalismo e da publicidade; a informação relevante; o discurso midiático vazio; o discurso midiático persuasivo; o fomento da exacerbação; as comoções sociais causadas pela morte de celebridades; o ímpeto de violência provocado pelo jornalismo policiaisco sensacionalista; o jornalismo marrom; a fuga da realidade; a cultura da mídia sobrepondo-se à cultura familiar; a ficção; a catarse; o consumismo gerado pela publicidade; a formação do pensamento único; a monovisão; o acriticismo; a fixação diária pelo *youtube*; a dependência do *facebook*; a mania de *twitter*; a mídia enquanto versão *high-tech* do pão e circo romano; a emoção da partida de futebol transmitida no rádio e na televisão; as inspirações baratroféricas do cinema bélico; as autocorruptões estimuladas pelo entretenimento da televisão; o telespectador imitando o ator; a polêmica inútil; a sociedade do espetáculo; a lavagem cerebral proporcionada pela televisão; a impulsividade das conscins nas redes sociais; o jornalismo alimentando mitos e preconceitos; a imprensa enquanto quarto poder; a mídia usada

para fazer propaganda de Estado; as manifestações políticas potencializadas pelas redes sociais; o *iPad* atuando na condição de extensão da memória humana; a cadeia de solidariedade desencadeada pelas notícias; as campanhas para doação de órgãos promovidas pela publicidade; o esclarecimento prestado pelo jornalismo; o jornalismo na categoria de prestação de serviços; os debates no rádio e na televisão; a *Internet* enquanto biblioteca universal; a *Associação Internacional de Comunicação Conscienciológica* (COMUNICONS); a TV Compléxis; o neovalor midiático implantado pelo *Curso de Longo Curso*, diário, participativo, das Tertúlias Conscienciológicas *online*.

Parafatologia: a autovivência do estado vibracional (EV) profilático; os acoplamentos originados a partir de padrões evocados em filmes, notícias e livros; as assimilações antipáticas desnecessárias; a prontidão para assistir às consciexes doentias evocadas; a preponderância do cardiochakra nas interações com filmes e novelas; a sustentabilidade do gabarito ortopensênico pessoal; a iscagem lúcida; a assistência na tenepes.

III. Detalhismo

Sinergismologia: o *sinergismo holopensene midiático–holopensene pessoal*.

Principiologia: o *princípio da descrença*.

Codigologia: o *código de ética dos jornalistas*; o *código de ética dos publicitários*; o *Código Brasileiro de Telecomunicações*.

Teoriologia: a *teoria do agendamento* (agenda *setting*); a reverberação da informação de acordo com a *teoria da série harmônica*.

Tecnologia: a sondagem do holopensene midiático através da *técnica do cosmograma*; a *técnica da desassimilação simpática*.

Voluntariologia: o *voluntário interassistencial focado no esclarecimento*; o *voluntário voltado à produção de notícias sobre a Conscienciologia*.

Laboratoriologia: o *laboratório conscienciológico da Pensenologia*; o *laboratório conscienciológico da Comunicologia*; o *laboratório conscienciológico da Mentalsomatologia*; o *laboratório conscienciológico do cosmograma*.

Colegiologia: o *Colégio Invisível da Comunicologia*; o *Colégio Invisível da Holopense-nologia*.

Efeitologia: o *efeito ricochete da divulgação de informações*; o *efeito devastador da informação superficial da Internet na cognição*; o trabalho da mídia produzindo o *efeito de convergência holopensênica dos receptores*; a imitação acrítica comportamental da massa como *efeito inculcador das informações subliminares da mídia*; o *efeito automimético do telespectador imitando o ator*.

Neossinapsologia: a *mimetização provocada pela mídia de massa dificultando a formação de neossinapses*.

Ciclogia: o *ciclo diário patológico trabalho-televisão*; o *ciclo sadio leitura-reflexão*.

Enumerologia: o *rapport*; a conexão; a sintonia; a transmissão; a aproximação; a afinidade; a vinculação.

Binomiologia: o *binômio comunicador-receptor*; o *binômio comunicação dirigida–comunicação de massa*; o *binômio comunicação online–comunicação offline*; o *binômio informação-sedução*; o *binômio informação-consumo*; o *binômio informação-esclarecimento*; o *binômio evocação-assimilação*; o *binômio leitor-tenepessista*.

Interaciologia: a *interação meio-mensagem-pensenidade*; a *interação mídia-massa*; a *interação de todos com todos na Internet*; a *interação conscin–dispositivos móveis*; a *interação holopensene pessoal–holopensene massificado*; a *interação consciex-conscin a partir da interação com notícias*.

Crescendologia: o *crescendo patológico mensagem-mimese-autocorrupção*; o *crescendo homeostático informação-recepção-esclarecimento*; o *crescendo evocação-assimilação-assistência*.

Trinomiologia: o *trinômio* noticiar-advertir-prevenir; o *trinômio* persuasão-acriticismo-consumismo.

Polinomiologia: o *polinômio* mensagem-ideologia-pensividade-ação.

Antagonismologia: o *antagonismo* informar / desinformar; o *antagonismo* informar / manipular; o *antagonismo* informar / persuadir; o *antagonismo* holopensene grupal / holopensene pessoal; o *antagonismo* entorpecedor / esclarecedor; o *antagonismo* receptor de informação / consumidor de notícia; o *antagonismo* liberdade de empresa / liberdade de imprensa.

Paradoxologia: o *paradoxo* informação-entretenimento; o *paradoxo* liberdade de imprensa-censura; o *paradoxo* função social da comunicação-lucro; o *paradoxo* da coisificação da informação.

Politicologia: a pseudodemocracia; a democracia mediática.

Legislogia: a *lei do menor esforço*; a abolição da *lei de imprensa*; a *lei da radiodifusão comunitária*; a *lei dos direitos autorais*; a *lei geral das telecomunicações*; a não-regulamentação do capítulo V da *Constituição Brasileira*; a *lei de acesso à informação*; a criação de *leis para regulamentação do uso da Internet*.

Filiologia: a midiofilia; a sociofilia; a neofilia.

Fobiologia: a webfobia.

Sindromologia: a *síndrome da dispersão consciencial*; a *síndrome da distorção da realidade*.

Maniologia: a novelomania; a *facebookmania*.

Mitologia: o *mito da neutralidade jornalística*.

Holotecologia: a *midiateca*; a *comunicoteca*; a *pensnoteca*; a *grafopensnoteca*; a *patopensnoteca*; a *cinemateca*; a *hemeroteca*; a *videoteca*.

Interdisciplinologia: a Holopensenologia; a Comunicologia; a Grafopensenologia; a Conviviologia; a Culturologia; a Subcerebrologia; a Intrafisiologia; a Infocomunicologia; a Conformatologia; a Politicologia; a Sociologia; a Reeducação; a Etologia; a Evoluçologia.

IV. Perfilologia

Elencologia: a consciênçula; a consréu ressomada; a conscin baratrosférica; a conscin eletrônica; a isca humana inconsciente; a conscin interprisoneira; a consciex; a conscin lúcida; a isca humana lúcida, o ser interassistencial.

Masculinologia: o jornalista; o publicitário; o relações públicas; o *designer*; o *social media*; o locutor; o radialista; o apresentador; o comentarista; o ator; o comunicólogo; o editor; o cronista; o escritor; o assessor de comunicação; o marqueteiro; o *twitteiro*; o teletertuliano; o acoplamentista.

Femininologia: a jornalista; a publicitária; a relações públicas; a *designer*; a *social media*; a locutora; a radialista; a apresentadora; a comentarista; a atriz; a comunicóloga; a editora; a cronista; a escritora; a assessora de comunicação; a marqueteira; a *twiteira*; a teletertuliana; a acoplamentista.

Hominologia: o *Homo sapiens communicator*; o *Homo sapiens acriticus*; o *Homo sapiens gruppalis*; o *Homo sapiens intellectualis*; o *Homo sapiens retromimeticus*; o *Homo sapiens anticosmoethicus*.

V. Argumentologia

Exemplologia: holopensene midiático *entrópico* = a atmosfera pensênica resultante da inspiração bélica de filmes; holopensene midiático *homeostático* = a atmosfera pensênica posterior ao esclarecimento proporcionado por filmes evocadores da temática da paz.

Culturologia: a cultura do entretenimento; a indústria cultural; a cultura da atualização diária das notícias veiculadas; a cultura de massa; a Cultura Midiática.

Taxologia. Eis, em ordem alfabética, 50 exemplos de categorias de holopenses desencadeados pela mídia:

01. **Adictício.** O alerta das reportagens contra as droga ilícitas e, paradoxalmente, o incentivo ao alcoolismo capitaneado pela publicidade e propaganda de cerveja e cachaça.
02. **Agropecuário.** As notícias sobre agricultura e vida no campo.
03. **Analítico.** As análises decorrentes de livros técnico-científicos.
04. **Antitabagista.** A veiculação de matérias antitabagistas na televisão.
05. **Artístico.** A exaltação de artistas em portais, revistas e programas de entretenimento.
06. **Automimético.** O telespectador imitando comportamentos e bordões de personagens de filmes e telenovelas.
07. **Baratrosférico.** Os filmes exaltando assassinatos e a figura do *serial killer*.
08. **Bélico.** O sentimento antagônico instalado pela difusão de informações sobre guerras, conflitos e invasões. Os filmes sobre guerras.
09. **Capitalista.** A cobertura jornalística enfatizando a movimentação comercial do Dia das Mães, dos Pais, das Crianças.
10. **Científico.** As revistas jornalísticas e os programas com temáticas científicas.
11. **Competitivo.** A rivalidade étnica entre brasileiros e argentinos ressaltada pela propaganda.
12. **Cultural.** A difusão de informações culturais pelos meios de comunicação.
13. **Debatedor.** Os programas de debate do rádio e da televisão.
14. **Didático.** As aulas dos programas de telecurso.
15. **Distrativo.** A atmosfera de passatempo presente em novelas, nos programas de audiótório, no jornalismo esportivo e no *facebook*.
16. **Educacional.** As publicações especializadas em educação.
17. **Emocional.** O fratricídio, o matricídio e os crimes passionais retratados pela mídia e geradores de comoções na população. A morte de celebridades mobilizando a atenção da massa.
18. **Esclarecedor.** O esclarecimento promovido pelas matérias jornalísticas sobre saúde.
19. **Esportivo.** A cobertura de eventos esportivos.
20. **Exibicionista.** O exibicionismo do colunismo social.
21. **Fashionista.** O conteúdo das revistas de moda. As reportagens sobre desfiles.
22. **Ficcional.** Os filmes de ficção. A ficção científica.
23. **Gastronômico.** Os programas de culinária.
24. **Histórico.** As reportagens retratando efemérides e episódios históricos.
25. **Humorístico.** A programação de humor na televisão.
26. **Ideológico.** Os meios de comunicação na condição de propagadores de ideologias.
27. **Infantil.** Os desenhos veiculados pela televisão, os cadernos infantis dos jornais impressos e os *sites* dirigidos às crianças.
28. **Interativo.** A interatividade proporcionada pela *Internet*.
29. **Interpretativo.** A atmosfera de introspecção intelectual gerada pelo interesse nos textos do jornalismo interpretativo.
30. **Literário.** Os livros com temática literária.
31. **Lúdico.** As histórias em quadrinhos.
32. **Mítico.** As matérias jornalísticas reforçando mitos.
33. **Musical.** A veiculação de músicas nas rádios e no *youtube*. Os musicais do final de ano na televisão.
34. **Opinativo.** A formação de opinião a partir da difusão de informações.
35. **Pacifista.** A divulgação de reportagens jornalísticas incentivadoras da paz.
36. **Parapsíquico.** Os documentários e reportagens sobre fenômenos parapsíquicos.
37. **Poliglótico.** Os programas e filmes vistos em diversos idiomas.

38. **Político.** Os debates políticos incentivados pelo jornalismo durante as campanhas eleitorais.
39. **Preconceituoso.** Os preconceitos alimentados pela publicidade e propaganda.
40. **Racional.** As matérias jornalísticas incentivadoras da economia de água e luz.
41. **Religioso.** Os programas religiosos divulgados via rádio, televisão e *Internet*.
42. **Sensacionalista.** Os exageros da cobertura jornalística policial.
43. **Sexual.** O sexo casual estimulado pelos *chats* da *Internet* e pelos filmes pornográficos.
44. **Sintético.** A síntese da informação de 140 caracteres do *Twitter*.
45. **Solidário.** As cadeias solidárias promovidas pelas campanhas publicitárias em favor da doação de órgãos e pelas coberturas jornalísticas de catástrofes.
46. **Suicidomaniaco.** O estímulo negativo gerado pela divulgação de suicídios na televisão.
47. **Telejornalístico.** A cobertura quase sempre superficial do telejornalismo em nome da objetividade.
48. **Ufanista.** O ufanismo exaltado pelo cinema estadunidense.
49. **Universalista.** O senso universalista de documentários retratando cultura de outros países.
50. **Virtual.** As interações virtuais em *chats* e redes sociais do ciberespaço.

Terapeuticologia. A terapia para tratar dependentes da *Internet*.

VI. Acabativa

Remissologia. Pelos critérios da *Mentalsomatologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 15 verbetes da *Enciclopédia da Conscienciologia*, e respectivas especialidades e temas centrais, evidenciando relação estreita com o holopensene midiático, indicados para a expansão das abordagens detalhistas, mais exaustivas, dos pesquisadores, mulheres e homens interessados:

01. **Acríticismo:** Parapatologia; Nosográfico.
02. **Agenda de autopenalização:** Pensenologia; Homeostático.
03. **Antagonismo midiático:** Autodiscernimentologia; Neutro.
04. **Categoria de comunicação:** Comunicologia; Neutro.
05. **Dissecção holopensênica:** Holopensenologia; Neutro.
06. **Ferramenta de comunicação:** Comunicologia; Neutro.
07. **Holopensene:** Holopensenologia; Neutro.
08. **Holopensene automimético:** Holopensenologia; Nosográfico.
09. **Holopensene criativo:** Heuristicologia; Homeostático.
10. **Holopensene perversor:** Holopensenologia; Nosográfico.
11. **Holopensene saturado:** Holopensenologia; Neutro.
12. **Holopensenograma:** Holopensenologia; Neutro.
13. **Nutrição informacional:** Mentalsomatologia; Neutro.
14. **Pensenosfera:** Pensenologia; Neutro.
15. **Sintonia holopensênica:** Holopensenologia; Neutro.

É FUNDAMENTAL O SENSO CRÍTICO DA CONSCIN PREPONDERAR SOBRE O HOLOPENSENE MIDIÁTICO A FIM DE SE EVITAR MANIPULAÇÕES OU AUTOCORRUPÇÕES DESENCADEADAS PELA INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO.

Questionologia. Você, leitor ou leitora, percebe a influência do holopense midiático? Já se perguntou qual postura adota mediante as informações difundidas pela mídia, seja publicitária ou jornalística?

Filmografia Específica:

1. *A Montanha dos Sete Abutres*. **Título Original:** *Ace in the Hole*. **País:** EUA. **Data:** 1951. **Duração:** 111 min. **Gênero:** Drama. **Idade** (censura); 12 anos. **Idioma:** Inglês. **Cor:** Colorido. **Direção:** Billy Wilder. **Elenco:** Kirk Douglas; Jan Sterling; Robert Arthur; Porter Hall; Richard Benedict; Frank Cady; & Ray Teal. **Roteiro:** Billy Wilder; Walter Newman; & Lesser Samuels. **Outros Dados:** A história é inspirada em fato real, acontecido em 1925. **Sinopse:** Albuquerque, Novo México. O repórter veterano Charles Tatum (Kirk Douglas) foi despedido de 11 jornais, por 11 razões diversas. Ele está sem dinheiro, então pede a Jacob Q. Boot (Porter Hall), o dono do jornal local, para lhe dar emprego e consegue. O plano era trabalhar ali no máximo 2 meses, mas após 1 ano não surgiu nenhuma boa oportunidade nem aconteceu nada bem interessante para boa matéria. Tatum sente-se totalmente entediado e sem motivação, então recebe ordem para cobrir a corrida de cascavéis. No meio do caminho para abastecer o carro e Tatum acaba descobrindo o fato de Leo Minosa (Richard Benedict) haver ficado preso em determinada mina quando procurava por relíquias indígenas. Tatum sente ser esta reportagem a chance esperada, mas para isto precisa ter controle da situação. Ele transforma o resgate de Leo em assunto nacional, atraindo milhares de curiosos, cinegrafistas de noticiários e comentaristas de rádio, além de forçar Lorraine (Jan Sterling), a mulher de Leo, a se fazer passar como a esposa arrasada.

2. *Nos Bastidores da Notícia*. **Título Original:** *Broadcast News*. **País:** EUA. **Data:** 1987. **Duração:** 132 min. **Gênero:** Comédia. **Idade** (censura); 12 anos. **Idioma:** Inglês. **Cor:** Colorido. **Direção:** James L. Brooks. **Elenco:** William Hurt; Albert Brooks; Holly Hunter; & Robert Prosky; Jack Nicholson; John Cusack; Joan Cusack; Lois Chiles; Dwayne Markee; Jane Welch; Jonathan Benya; Frank Doubleday; Sally Knight; Leo Burmester; Amy Brooks; Christian Clemenson; Robert Katims; Ed Wheeler; Stephen Mendillo; & Peter Hackes. **Estúdio & Distribuidora:** Fox Filmes. **Outros Dados:** Vencedor de 7 Oscars, 5 Globos de Ouro e Urso de Prata no Festival de Berlim. **Sinopse:** Em Washington D.C., a produtora (Holly Hunter) do telejornal de grande rede tenta manter o alto padrão de qualidade, apesar de se virar de alguma maneira para aceitar o mais elegante âncora da rede representar tudo de odiável em notícia. Porém, mesmo assim ela se apaixona por ele. Quem vê tudo isto de perto é o colega de trabalho, ótimo profissional, melhor amigo e apaixonado por ela, apesar de não revelar este amor.

Bibliografia Específica:

1. **Jorge Zahar Editor; *Teorias da Comunicação de Massa* (*Theories of Mass Communication*);** pref. Melvin Lawrence DeFleur; & Sandra Ball-Rokeach; trad. Octavio Alves Velho; 398 p.; 3 seções; 12 caps.; 1 *E-mail*; 12 enus.; 4 fluxogramas; 5 gráfs.; 2 ilus.; 2 microbiografias; 2 organogramas; 7 tabs.; 1 *website*; 1 nota; 204 refs.; ono.; 21 x 10 cm; br.; *Jorge Zahar Editor*; Rio de Janeiro, RJ; 1993; páginas 17 a 373.

2. **Pena, Felipe; *Teoria do Jornalismo*;** revisoras Lilian Aquino; & Luciana Salgado; 240 p.; 2 *E-mails*; 25 enus.; 14 fotos; 1 microbiografia; 3 tabs.; 1 *webgrafia*; 5 notas; 16 refs.; 1 anexo; 23 x 16 cm; br.; *Contexto*; São Paulo, SP; 2005; páginas 87 a 90, 96 a 112, 142 a 145, 176 a 183 e 205 a 210.

Webgrafia Específica:

1. **Bedinelli, Talita; & Alencar, Izidoro; *Doações aumentam e SC precisa Agora de Mais Voluntários*;** *Folha Online*; disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u474522.shtml>>; 03.12.08; acesso em: 13.11.11.

2. **Buzar, Kátia; *Câmara debate Espetacularização da Notícia no Caso Eloá*;** *Agência Brasil*; disponível em: <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2008/11/11/materia.2008-11-11.6323260700/view>>; acesso em: 15.11.11.

3. **Guerreiro, Gabriela; *98% dos Brasileiros conhecem Caso Isabella, mostra Pesquisa; Índice é Recorde*;** *Folha Online*; disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u396455.shtm>>; 28.04.08; acesso em: 16.11.11.

D. P.