

Análise da Mídia Parapsíquica: Evitações de Sensacionalismos ou Distorções

Parapsychic Media Analysis: Avoidances of Sensationalisms or Distortions

Análisis Mediático Parapsíquico: Evitaciones de Sensacionalismos o Distorsiones

Nerli Vieira*

* Jornalista. Voluntária da Associação Internacional de Comunicação Conscienciológica (COMUNICONS).
nerlivieira50@gmail.com

Palavras-chave

Comunicação
Espetáculo
Meio
Parapercepção

Keywords

Communication
Entertainment
Environment
Paraperception

Palabras-clave

Comunicación
Espectáculo
Medio de comunicación
Parapercepción

Resumo:

Este artigo objetiva orientar comunicadores a conferirem material midiático sobre o parapsiquismo, evitando distorções da informação fornecida pela fonte, considerando que a análise técnica antes, durante e depois da elaboração da mídia, pode eliminar termos, imagens, sons, cores com enfoque sensacionalista ou preconceituoso para favorecer a clareza das realidades e pararealidades, fatos e parafatos de quem vivenciou fenômeno parapsíquico, utilizando o meio jornalístico isento na forma de reportar, traduzir ou codificar os acontecimentos, sem acrescer estereótipos ou conceitos do paradigma pessoal. O presente trabalho foi desenvolvido em 4 etapas pesquisísticas: de campo, por meio de *clipping* de matérias de jornais e revistas; bibliográfica, trazendo contribuições de diversos autores; descritiva, a partir de entrevista com comunicadores parapsíquicos; e orientativa, com técnica de checagem da mídia parapsíquica. A autora concluiu que as distorções diminuíram mas continuam ocorrendo com frequência.

Abstract:

This article aims to guide communicators in reviewing media material about parapsychism, avoiding distortions of information provided by the source. It considers that technical analysis before, during, and after the media production process, can eliminate sensationalist or prejudiced terms, images, sounds, and colors in order to favor clarity regarding realities and pararealities, facts, and parafacts by those who have experienced parapsychic phenomena. It suggests using impartial journalistic means to report, translate, or encode events without adding stereotypes or concepts from the personal paradigm. The present work was developed in four research stages: in the field, through newspaper and magazine clippings; bibliographic research bringing contributions from several authors; descriptive research based on interviews with parapsychic communicators; and guidance research, involving the technique of checking parapsychic media content. The author concluded that distortions have decreased but continue to occur frequently.

Resumen:

Este artículo tiene como objetivo orientar a comunicadores a conferir material mediático sobre el parapsiquismo, evitando distorsiones de la información dada por la fuente, considerando que el análisis técnico antes, durante y después de la elaboración del medio de comunicación, puede eliminar términos, imágenes, sonidos, colores con enfoque sensacionalista o con prejuicios para favorecer la clareza de las realidades y pararealidades, hechos y parahechos de quien vivenció el fenómeno parapsíquico, utilizando el medio periodístico exento en la manera de reportar, traducir o codificar los acontecimientos, sin agregar estereotipos o conceptos del paradigma personal. El presente trabajo fue desarrollado en 4 etapas investigativas: de campo, por medio de *clipping* de artículos de periódicos y revistas; bibliográfica, trayendo contribuciones de diversos autores; descriptiva, a partir de entrevista con comunicadores parapsíquicos; y orientativa, con técnica del chequeo mediático parapsíquico. La autora concluye que las distorsiones disminuyeron pero que continúan ocurriendo con frecuencia.

Artigo recebido em: 11.03.2023.

Aprovado para publicação em: 28.05.2023.

INTRODUÇÃO

Mídia. A presente pesquisa trata da análise de abordagem sensacionalista ou preconceituosa em matérias sobre o Parapsiquismo na mídia em geral, evidenciando a existência de prejulgamentos ou criação de estereótipos, quando o profissional de comunicação não consegue entender a complexidade de temas diferentes do paradigma pessoal.

Objetivo Geral. Analisar aspectos da comunicação que podem distorcer a descrição dos fenômenos parapsíquicos, fazendo a profilaxia das matérias midiáticas, a partir do entendimento de princípios jornalísticos conscienciológicos.

Objetivos Específicos. 1. Conceituar e apresentar a *Técnica de Checagem da Mídia Parapsíquica*. 2. Analisar materiais publicados a título de exemplos do posicionamento isento ou distorcido. 3. Entrevistar profissionais experientes em comunicação conscienciológica avaliando a temática *sensacionalismo midiático* sobre o parapsiquismo. 4. Elencar princípios jornalísticos conscienciológicos balizadores do compromisso midiático interassistencial.

Motivação. A motivação para a escrita deve-se à experiência adquirida ao longo de 23 anos (2000 a 2022) de atuação em área de comunicação conscienciológica, o que oportunizou acompanhar publicações de cursos, palestras e eventos em veículos midiáticos em locais do Brasil, avaliando informações sensacionalistas ou distorcidas sobre a multidimensionalidade e o parapsiquismo.

Base. Os autores e obras fundamentais que serviram de base à pesquisa e elaboração deste artigo, encontram-se descritos na Referência Bibliográfica.

Metodologia. A pesquisa foi desenvolvida em 4 etapas:

1ª **Etapa:** bibliográfica contributiva de pesquisadores, comunicadores e autores, no tocante às informações midiáticas relacionadas ao parapsiquismo.

2ª **Etapa:** exploratória, por amostragem, elencando compilação de material já publicado (*clipping*) nas mídias impressas (jornais e revistas), relacionadas às percepções dos fenômenos parapsíquicos, para realização de análise comparativa entre a abordagem imparcial e isenta, e a abordagem sensacionalista ou acrescida de preconceitos.

3ª **Etapa:** qualitativa com entrevista de 3 profissionais de comunicação que vivenciam o parapsiquismo, sendo dois jornalistas e uma publicitária, a fim de balizar as hipóteses levantadas.

4ª **Etapa:** orientativa, apresentando a *Técnica de Checagem da Mídia Parapsíquica* aos comunicadores para analisarem todos os passos da produção e divulgação, e excluírem conteúdo que possa denotar preconceito ou sensacionalismo.

Estrutura: O desenvolvimento deste artigo está estruturado em 3 seções:

1. **Premissas básicas do jornalismo conscienciológico e o parapsiquismo.**
2. **Técnica da checagem da mídia parapsíquica.**
3. **Análise da pesquisa exploratória com *clipping*.**

I. PREMISSAS BÁSICAS DO JORNALISMO CONSCIENCIOLOGICO E O PARAPSIQUISMO

Comunicologia. A Comunicologia, especialidade da Conscienciológica, tem no arcabouço de prioridades o *esclarecimento*, priorizando a interassistência a partir de renovações pensênicas, almejando reciclagens intraconscienciais.

Jornalismo. O desconhecimento dos pilares que sustentam o *Paradigma Consciencial* restringe o ângulo de visão do profissional de jornalismo, resultando na falta de abertismo para a devida compreensão das verdades relativas de ponta trazidas ou relatadas por quem vivencia os fenômenos parapsíquicos.

Parapsiquismo. “O *parapsiquismo* é o conjunto de experiências, vivências, percepções e manifestações acumuladas pela consciência em seu contato com a realidade multidimensional através de entradas sensoriais, distintas dos sentidos físicos” afirma Schneider (2019, p. 17), detalhando a etimologia da palavra parapsiquismo.

História. O termo *parapsiquismo* foi utilizado pela 1ª vez em 1908, pelo filósofo, lexicólogo e sensitivo francês Émile Boirac (1851–1917), na obra denominada *La Psychologie Inconnue*, para descrever ocorrências “para as quais parece não haver explicações razoáveis nas já conhecidas leis e forças naturais”, intrafísicas.

Significado. O termo *psiquismo*, utilizado na época para designar tais ocorrências, é originado do grego *psykhé*, que significa alma ou mente, e não foi considerado por Boirac suficientemente abrangente, pois dava conotação cerebral aos fenômenos. Inseriu, então, o prefixo *para*, que significa “além de”, para referir-se aos fenômenos que iam além do psiquismo cerebral (Boirac, 1908 *apud* Schneider, 2019, p. 17).

Extrassensorial. “O parapsiquismo pode ser ampliado de modo significativo a partir da percepção extrassensorial (PES) da pessoa interessada em captar e interpretar os sinais pelos quais o universo está o tempo todo transmitindo para cada um de nós” (Tornieri, 2015, p. 17).

Parafenômeno. A unidade básica de pesquisa do parapsiquismo é o parafenômeno ou o fenômeno parapsíquico que se manifesta de maneira individual e pode ser observável por meio das parapercepções.

Nomenclaturas. Na obra *a História do Parapsiquismo*, o autor afirma que embora a grande maioria das pessoas já tenha ouvido falar algum conto, caso ou relato de fenômeno parapsíquico, cada cultura, grupo étnico ou linha de conhecimento utiliza nomenclaturas diferentes para descrevê-los.

Talentos. “Dentre os múltiplos talentos e habilidades conscienciais, pode-se enumerar a tríade cosmoética: intelectualidade-comunicabilidade-autoparapsiquismo” (Seno, 2013, p. 13).

Discernimento. O artigo *Autopesquisa, Parapsiquismo e Cientificidade* aponta a necessidade de discernimento e criticidade, tanto de quem as vivencia quanto de quem as relata, a fim de não tornar místicas as experiências parapsíquicas, conforme segue: “... o que tornaria uma pessoa capaz de perceber outras dimensões seria seu maior nível de perceptibilidade para determinado tipo de estímulo” (Kauati, 2014, p. 9).

Normalidade. O estudo da evolução consciencial vem mostrando que a consciência interage intra e extrafisicamente, diuturnamente. Logo, se essas interações e vivências multidimensionais são realidades, fazem parte da natureza humana e subumana, são, portanto, naturais ou normais.

Percepção. Por não estar habituado a perceber os sinais parapsíquicos, o jornalista pode dar enfoque estereotipado de paranormais ou de sobrenaturais aos fenômenos parapsíquicos.

Estereótipo. Tais acréscimos são capazes de criar estereótipos levando o público a sentir medo, aversão ou repulsa ao parapsiquismo. O uso de clichês banaliza as pessoas quanto à aparência, naturalidade e comportamento. Diana (2019) conceitua esse termo e confirma seu uso pelos meios de comunicação:

Os estereótipos são reproduzidos pelas culturas e veiculados em diversos meios, tal qual a televisão, *internet*, e muitas vezes são representados em programas humorísticos. Geralmente, utilizamos os estereótipos de maneira inconsciente, já que são conceitos relacionados com a história, geografia, culturas e crenças de diversas sociedades.

Narrativa. De acordo com Angrimani (1995, p. 17), o exagero ou *show* é encontrado na narrativa sensacionalista que transporta o leitor fazendo-o sentir-se como se estivesse vivendo as mesmas emoções.

Ênfase. Nesse sentido, é possível comparar a intenção da ênfase que o jornalista pode dar ao relato de uma vivência parapsíquica: a mesma informação pode trazer imagem alegre e com personagem decidida e confiante, ou pode trazer cores fúnebres, personagens melancólicas e de aparências distorcidas.

Artista. A pessoa sem lucidez para a comunicação interdimensional, no afã de elaborar material atraente, fica suscetível a inserir palavras, imagens, sons e cores chamativas, denotando traço artístico para envolver o público-alvo.

Público. A mídia elaborada com enfoque apenas atrativo interfere diretamente no perfil do público, acessando consciências interessadas em algo superficial, sensacionalista, e sem interesses evolutivos.

Complexidade. De acordo com Edgar Morin (1921–), “somos seres complexos, ao mesmo tempo físicos, biológicos, sociais, culturais, psíquicos e espirituais. Essa complexidade tende para o conhecimento multidimensional, consistindo em não querer dar todas as informações sobre um fenômeno estudado, mas respeitar suas diversas dimensões” (Morin, 2005, p. 177).

Clareza. A clareza dos pilares do Paradigma Consciencial: bioenergética, multiexistencialidade, multidimensionalidade, multiveicularidade, autopesquisa, cosmoética e universalismo, seleciona o público automaticamente.

Curtidas. Os princípios da informação cosmoética visam ao esclarecimento respeitando o nível evolutivo das consciências. Essa ética mais ampla pode contrapor-se a valores midiáticos, como a quantidade de público ou de curtidas, por exemplo.

Relevância. Observa-se que o fator mais relevante é a interassistência buscando acessar quem está preparado para as ideias de ponta. Esse público é seletivo. Não são todas as pessoas.

Notícia. As temáticas estudadas na Conscienciologia, por extrapolarem paradigma jornalístico convencional, já são notícias.

Obra. A obra *Conscienciologia é Notícia* (Nascimento & Wong, 2015, p. 42 e 70), resultado de programas semanais na Rádio Tupi do Rio de Janeiro, é um dos exemplos. Na entrevista 03 desse livro, *Experiências Extrafísicas*, o entrevistado AO afirma: “Somos consciências extrafísicas numa vida intrafísica”, mencionando a realidade das vivências multidimensionais, parapsíquicas a todas as consciências, e complementa: “A procedência, a origem da consciência é extrafísica, então somos originalmente do extrafísico, vivendo uma experiência intrafísica. A nossa realidade maior é extrafísica”.

II. TÉCNICA DE CHECAGEM DA MÍDIA PARAPSÍQUICA

Técnica. A *Técnica de Checagem da Mídia Parapsíquica* é a checagem da matéria produzida para fins midiáticos, com análise acurada dos termos, elementos impressos, audiovisuais ou que possam levar a distorções dos fatos relatados por quem vivenciou o parafenômeno, observando princípios jornalísticos conscienciológicos capazes de evitar abordagem sensacionalista ou preconceituosa.

Fundamentação. A *Técnica de Checagem da Mídia Parapsíquica* fundamenta-se no *Princípio da Descrença*, nos pilares do *Paradigma Consciencial* e, em *princípios do jornalismo conscienciológico*.

Eixos. Esses 3 eixos centrais basilares norteiam a atuação universalista dos comunicadores, diminuindo falhas ou exagero nas abordagens, possíveis de ocorrer mesmo inconscientes ou despercebidas.

Recorte. A técnica de checagem pode ser utilizada na infinidade de possibilidades midiáticas. Neste artigo, restringe-se à mídia impressa, recorte facilitador ao entendimento científico.

Avaliação. A avaliação do material midiático, durante a elaboração do texto de divulgação científica e seus complementos, auxilia o comunicador a primar pelo confor compromissado com a realidade e exatidão do conteúdo informativo, a ampliar a visão interparadigmática sobre aspectos da evolução humana e sobre consequências multidimensionais do repasse da informação.

Conceituação. A *Técnica de Checagem da Mídia Parapsíquica* consiste em observar a existência ou não de termos, imagens, cores, sons, entre outros, destoantes do relato da pessoa, fonte da informação, inclusive de elementos interparadigmáticos capazes de alterar ou distorcer a realidade dos fatos e parafatos informados por meio de matéria ou mídia.

Fases. A análise compõe-se das 4 fases, descritas a seguir:

Fase 1. Preparatória: observar detalhes e *insights* antes de iniciar a produção.

Fase 2. Elaboração: atenção às percepções e parapercepções durante a entrevista ou reportagem.

Fase 3. Pré-publicação: conferir o material midiático antes de publicar.

Fase 4. Pós-publicação: avaliar a repercussão midiática após a publicação.

A. ANTES DE ELABORAR A MÍDIA IMPRESSA:

1. **Intenção.** Avaliar se a intenção da informação é esclarecer de modo assistencial, e ter clareza da lente que você dará ao texto, imagem, tipo de letras, entre outros detalhes.

2. **Energias.** Mobilizar e expandir as próprias energias, buscando fazer assimilação simpática com o tema ou entrevistado, anotando *insights* e parapercepções da sinalética pessoal em tabela com data, horário, fato ocorrido, sinalética e hipóteses. Essa tabela será usada em todas as etapas, até a finalização da matéria.

3. **Entrevistado.** O entrevistado experiente na temática e na vivência do parapsiquismo de maneira lúcida, por meio do investimento na tridotação consciencial: intelectualidade-comunicabilidade-parapsiquismo, otimiza a clareza dos fatos e parafatos, diminuindo suposições indevidas. Tendo mais de uma opção, filtrar a fonte mais coerente e adequada à proposta em pauta.

4. **Checklist.** Organizar *checklist* detalhando os pontos intra e extrafísicos (multidimensionais) da produção midiática: confirmar com o entrevistado, equipe ou fonte, se está clara a proposta conforme o *Paradigma Consciencial*; preparar-se para acompanhar o entrevistado durante a entrevista, ou assessorá-lo à distância, se for o caso, e dar atenção e anotar *insights* e sincronidades que vão ocorrendo durante a preparação do evento.

B. DURANTE A REALIZAÇÃO DA ENTREVISTA OU REPORTAGEM:

1. **Abertismo.** Manter postura aberta ao ouvir o entrevistado e usar da empatia para descrever as ideias, fatos ou parafatos relatados, com fidedignidade, mesmo não sendo familiares ou cotidianas.

2. **Fonte.** Citar a fonte usando as expressões: conforme, de acordo, segundo, como, consoante, em concordância com, em conformidade com, entre outras, prática comum na divulgação científica.

3. **Opinião.** Deixar claro, no final do texto por exemplo, que a abordagem trazida pela fonte não reflete necessariamente a opinião do comunicador ou do veículo de comunicação.

4. **Diversidade.** Considerar a diversidade de paradigmas, princípios ideológicos e crenças atuais, é primordial para o jornalista eliminar acréscimos com interpretações advindas do seu próprio paradigma, em desacordo com o relato ou informação colhida da fonte.

C. AVALIAÇÃO DA MÍDIA ANTES DE PUBLICAR:

1. **Pente.** Passar pente fino para excluir ou trocar termos que denotem exagero ou sensacionalismo.

2. **Cores.** Observar se as cores estão coerentes com a informação, ideia ou mensagem a ser repassada, evitando tons apenas chamativos. Exemplos da cor preta ou vermelha denotando medo em alguns casos.

3. **Som.** Avaliar se o som ou música de fundo está em sintonia com a mensagem, nem muito alta ou nem muito baixa; acelerada ou lenta; se não satura ao ouvi-la várias vezes, entre outros pontos.

4. **Cosmoética.** Observar princípios cosmoéticos de respeito ao nível evolutivo do entrevistado e do público, primando pelo confor polido sem expressões bizarras.

D. ANÁLISE DE MÍDIA JÁ VEICULADA OU PUBLICADA:

1. **Acompanhamento.** Acompanhar a veiculação e anotar as parapercepções intra e extrafísicas, utilizando a tabela de parapercepções.

2. **Interassistência.** Responder comentários do público nas redes sociais, continuando e reforçando a interassistência.

3. **Informação.** Medir as visualizações e repercussões imediatas, a médio e longo prazos, observando se a interpretação está coerente com o foco da informação.

4. **Qualificação.** Anotar pontos a melhorar na próxima matéria ou produto midiático, a fim de manter constante qualificação.

III. ANÁLISE DA PESQUISA EXPLORATÓRIA COM *CLIPPING*

Clipping. Arquivos com recortes de matérias, reportagens, entrevistas ou cosmogramas de jornais, revistas ou *links* de vídeos.

Publicações. As publicações são recortes de uma variedade de matérias veiculadas nas mídias impressa, televisiva e *online* com o viés do parapsiquismo no período de 2005 a 2019. Nessa pesquisa, a análise considera a mídia impressa.

Referencial. Esse *clipping* de matérias sobre o parapsiquismo compõe o referencial teórico deste trabalho, grande parte são arquivos da própria autora obtido no desempenho do trabalho voluntário durante o período de 2000 a 2018, desenvolvendo atividades de assessoria de comunicação, relacionando-se com a imprensa para informar sobre cursos, palestras, relatos parapsíquicos e publicações de obras relacionadas ao parapsiquismo.

Acervo. Há também matérias extraídas do acervo da Holoteca do *Centro de Altos Estudos da Consciencologia* (CEAEC) em Foz do Iguaçu.

Análise. O objetivo é analisar matérias tanto isentas e imparciais, que estão de acordo com a verdade e a realidade dos fatos relatados pela fonte, quanto matérias sensacionalistas e preconceituosas, com uso de abordagem escrita, cores, sons e imagens fúnebres, tentando dar ideia de medo ou assombro.

Discursos. O fator de mais relevância de interesse neste estudo é trazer à tona a análise dos discursos que estão por trás das linguagens adotadas pelos jornalistas, muitas vezes, deixando a informação exagerada ou de maneira mascarada.

Amostra. Foram selecionadas e analisadas *clipping* de 7 matérias publicadas em jornais e revistas relacionadas ao parapsiquismo, visando a análise comparativa, por amostragem, da existência ou não de sensacionalismo midiático no conteúdo informativo, conforme o quadro 1.

QUADRO 1. COMPARATIVO COM ANÁLISE DE MATÉRIAS PUBLICADAS (CLIPPING)

Fonte	Título	Análise	Contraponto
Revista Psiquê Ciência e Vida, Ano V, nº 49, fevereiro 2010	Fenômenos da Projeciologia	Imagem escura de pessoa caminhando num túnel dando sensação de medo.	A imagem é fúnebre mas a legenda fala de paz.
Jornal O POVO, Fortaleza, 13 de fevereiro de 2011	Busca por Explicações sobre EQM	Imagem mirabolante com excesso de arte para contar o relato. O <i>designer</i> do jornal exagerou nas imagens. Poderia ser mais limpa e direta, menos fantasiosa.	A linguagem do jornalista redator foi isenta e imparcial.
Revista ISTOÉ, Ano 35, nº 2.156	A premonição sob a luz da ciência	Estereótipo, cor preta, fúnebre. Em toda a matéria o foco são as tragédias.	As precognições podem ser tanto de acontecimentos bons, quanto ruins.
Revista TRIP, ANO 23, Nº 184, dezembro 2009 a janeiro 2010, repórter Bruno Tortura Nogueira	Te pego lá fora	Matéria com linguagem descolada, chama o corpo de “carcaça”, mas com imagem de boa qualidade e conta a realidade. A linha editorial possui linguagem mais descolada e o repórter almejava dar esse tom em relação ao parapsiquismo.	Ocorre que ele resolveu fazer experimentos no laboratório de técnicas projetivas e saiu fora do corpo.
Revista Psique Ciência e Vida, Ano IV, Nº 48, dezembro 2009	Sonho e projeção lúcida	Imagem da pessoa dormindo tranquila, brincando e feliz ao sair do corpo.	Não há. Texto e imagem estão coerentes com a temática.
Revista Psique Ciência e Vida, Ano V, Nº 49, fevereiro 2010	Hipótese do Corpo Objetivo	Imagem com fundo escuro e posição das mãos dando suspense, medo.	Falta de visão ampla do <i>designer</i> para entender a realidade dos veículos de manifestação conscienciais.
Revista O GLOBO, Ano 5, Nº 222, 26 de outubro de 2008.	Bairro do Saber	Usa estereótipos tais como: doutrina, macumba de rico, adeptos, entre outros.	É visível o tom pejorativo usado pelo jornalista em vários momentos, com intenção de sensacionalizar a reportagem.

RESULTADO DA ENTREVISTA COM COMUNICADORES PARAPSÍQUICOS

Questões. Foram entrevistados 3 profissionais de comunicação que vivenciam os fenômenos parapsíquicos e atuam em atividades de divulgação científicas conscienciológicas, e selecionadas estes 4 dados objetivos e sequenciais:

1. **Nome.** Anotação do nome do (a) profissional.
2. **Percepção.** Durante o exercício da profissão percebeu algum tipo de sensacionalismo nas matérias ou reportagens sobre temáticas relacionadas ao parapsiquismo?
3. **Dica.** Qual dica você daria para o jornalista evitar a abordagem sensacionalista?
4. **Evitação.** Quais cuidados você toma atualmente para evitar que as matérias sobre o parapsiquismo sejam voltadas ao sensacionalismo?

Experiência. Os profissionais foram escolhidos por sua experiência junto à imprensa, no tocante ao repasse de informações sobre o parapsiquismo. Buscou-se saber o tempo de experiência na área do jornalismo e os veículos de comunicação em que atuaram.

Entrevistados. A entrevistada 1 foi com uma jornalista com experiência em diversos veículos de comunicação e docente universitária. A entrevistada 2 foi uma publicitária, também docente universitária e assessora de imprensa. O entrevistado 3, foi outro jornalista, ex-editor do Jornal da Imagem do grupo O Estado de São Paulo, diversas revistas, portal de educação e diretor editorial.

Encapsulamento. A primeira entrevistada afirmou que percebeu assistência a entrevistados, acoplamentos energéticos e encapsulamento parassanitário em algumas atuações junto à imprensa.

Lateropensene. A segunda entrevistada explicou que nas experiências com a imprensa, surgem ideias, *insights* com exteriorização de energias, clarividências e lateropensene: “O que eu já vi acontecer inúmeras vezes, é quando o jornalista vivenciou várias coisas na vida dele e quando vem pesquisar, ele começa a entender a realidade dele”.

Seriedade. O terceiro entrevistado relatou que nas atuações de assessoria de imprensa no *Instituto Internacional de Projeiologia e Conscienciologia*, em São Paulo, ocorreram experiências marcantes no trato do tema do parapsiquismo junto à imprensa. E que sempre procurou colocar carga de seriedade, desassombro, desmistificação e tratar o parapsiquismo com naturalidade. “Mesmo que os jornalistas ou os veículos venham a trazer carga de sensacionalismo, de assombro ou de querer chamar a audiência, o nosso papel ao lidar com esse tema é transmitir a naturalidade dos fenômenos”.

Nuances. A partir das respostas obtidas nas entrevistas foi possível aprofundar o problema levantado e obter mais compreensão das nuances das atuações dos profissionais de comunicação parapsíquicos.

Percepções. Questionados sobre quais fenômenos perceberam, tais profissionais elencaram clarividência, assistência ao entrevistado por meio de exteriorização de energias, encapsulamento e *insight* ou ideias em relação à pessoa ou ao tema da matéria.

Experimentar. Outro ponto a destacar, citado pela entrevistada 1, é a ocorrência de o próprio repórter querer realizar as experiências, a exemplo do caso da Revista TRIP, em 2009. O jornalista quis fazer o *Laboratório de Técnicas Projetivas* e acabou saindo do corpo. Isso mexeu com os paradigmas dele e publicou extensa matéria descrita no *clipping* deste artigo.

Comprovação. E mesmo tendo usado termos como “carcaça” para se referir ao corpo físico devido à linguagem da revista, mais descontraída, e que o objetivo inicial possa ter sido de desconfiança, o fato de o jornalista estar disposto a vivenciar, foi positivo porque comprovou por si mesmo a experiência parapsíquica.

Unanimidade. Em relação ao sensacionalismo, os entrevistados afirmaram perceber essa abordagem em matérias publicadas na imprensa. Confirmaram ainda que tais preconceitos e estereótipos objetivam causar assombro ou medo nas pessoas para chamar a atenção e aumentar a audiência, conforme a tabela 1.

TABELA 1. SENSACIONALISMO

Profissionais de Comunicação	Percebeu Sensacionalismo no tocante ao Parapsiquismo?	Como foi a Abordagem?
Entrevistada 1	Sim.	Lacuna entre o real e o exagero.
Entrevistada 2	Sim. Muito comum.	Pegada apelativa, no sentido de chamar a atenção e dar <i>ibope</i> .
Entrevistado 3	Sim.	Irônica sobre a saída fora do corpo.

Apriorismo. Nas respostas, observa-se que a entrevistada 1 se deparou com o uso exagerado de palavras para chamar atenção do leitor, lacunas na apuração e no real entendimento dos fenômenos, e ainda, apriorismo e preconceito quanto aos fenômenos parapsíquicos.

Apelo. A entrevistada 2 afirmou que alguns veículos têm uma pegada apelativa, no sentido de chamar a atenção e dar *ibope*, porque a linha editorial é sensacionalista. “*Se formos numa rádio sensacionalista, a música, os efeitos sonoros, o tipo de experiência que querem trazer para dar medo nas pessoas e ao mesmo tempo esse medo atrai e é assim que eles vendem o conteúdo deles*”.

Ceticismo. “Na verdade a regra é essa: abordagem de sensacionalismo, de descrédito ou *fake news*, na tentativa de desmoralizar a abordagem em que se refere ao parapsiquismo. Quando o profissional de imprensa que não entende ou não conhece é bem comum dar abordagem que procura desacreditar e ser cético”, afirmou o entrevistado 3.

Credibilidade. É importante acrescentar que os três profissionais de comunicação entrevistados também afirmaram haver veículos de comunicação e jornalistas sérios e comprometidos com a veracidade dos fatos e a credibilidade perante a sociedade.

Imparcialidade. E no *clipping* das matérias publicadas também constam exemplos da abordagem imparcial, isenta e aberta para neoparadigmas e achados da ciência e evolução da humanidade (vide tabela 2).

TABELA 2. SUGESTÕES DE PRÁTICAS ANTISENSACIONALISTAS

Profissionais de Comunicação	Dica não Sensacionalista
Entrevistada 1	Pesquisar mais de uma fonte e estar aberto, sem preconceitos.
Entrevistada 2	Abertismo. É essa a isenção ao tratar do desconhecido.
Entrevistado 3	Fazer apuração mesmo que não concorde, que tenha paradigma diferente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Complexidade. Ao realizar este trabalho, foram encontrados autores, pesquisadores, cientistas, comunicadores, professores, referindo-se à necessidade de mais compreensão e atenção ao informar sobre o parapsiquismo, a fim de não desvirtuar o fato ou parafato, da realidade relatada pela fonte da informação.

Cosmoética. Os *Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo* contemplam informação verdadeira e autêntica através da dedicação honesta, mostrando as conexões essenciais sem causar distorção. A Cosmoética amplia a ética profissional ao incluir pilares do Paradigma Consciencial.

Comprovação. Diante de tais observações e achados nesta pesquisa é possível ainda observar que o sensacionalismo realmente existe e que tal hipótese se comprova na bibliografia encontrada, nas matérias publicadas referenciadas neste artigo, e no resultado da entrevista com comunicadores, com unanimidade.

Curadoria. Tal prática soma-se às *fake news* e vai em desencontro à *Era da Curadoria da Informação*.

Equilíbrio. Por outro lado, foram também encontradas matérias bem elaboradas, isentas e com enfoque de naturalidade e imparcialidade, imagens alegres com cores vivas e sem exagero na abordagem.

Dubiedade. Observou-se ainda que em uma mesma matéria a escrita apresentou-se adequada e isenta, mas as imagens tinham tom fúnebre ou espalhafatoso evidenciando, no mesmo veículo de comunicação, profissionais com opiniões e paradigmas diferentes.

Compreensão. Conclui-se que os profissionais de comunicação vêm se conscientizando cada vez mais que o respeito e a compreensão do parapsiquismo precisa fazer parte da atuação imparcial, laica, e os próprios jornalistas têm demonstrado interesse em fazer experimentos laboratoriais para entender os fenômenos da natureza humana, por si mesmos.

BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA

1. **Angrimani Sobrinho**, Danilo; *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*; apes. Coleção Novas Buscas em Comunicação; 1 Vol.; 158 p.; 3 partes; 8 seções; 32 subseções; 3 caps.; 1 cronologia; 181 notas; 75 refs.; alf.; br.; 2ª Ed.; Summus; São Paulo, SP; 1995; página 17.

2. **Diana**, Daniela; *Estereótipo*; Artigo; *Toda Matéria*; Revista; S. L.; Seção: Sociologia; 2019; 4 ilus.; disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/estereotipo/>>; acesso em: 25.05.23; 23h13.

3. **Kauati**, Adriana; *Autopesquisa, Parapsiquismo e Autocientificidade*; Artigo; *Interparadigmas: A Revista dos Doutores da Conscienciologia*; Anuário; Ano 2; N. 2; 32 refs.; Associação Internacional Editares; Foz do Iguaçu, PR; 2014; página 9.

4. **Morin**, Edgar; *Ciência com Consciência (Science avec Conscience)*; pref. Edgar Morin; trad. Maria D. Alexandre; & Maria Alice Sampaio Dória; 1 Vol.; 344 p.; 2 partes; 20 caps.; 19 enus.; 6 escalas; 15 esquemas; 2 ilus.; 19 notas; 17 refs.; alf.; 21 x 14 cm; br.; 8ª Ed.; Bertrand Brasil Ltda.; Rio de Janeiro, RJ; 2005; página 177.

5. **Nascimento**, Alessandra; & **Wong**, Felix; Orgs.; *Conscienciologia é Notícia: Uma Década de Entrevistas na Super Rádio Tupi – Projeciologia*; pref. Neide Lazzaro; revisores Mabel Teles; et al.; 184 p.; 23 E-mails; 11 entrevistas; 5 enus.; 11 minicurrículos; 21 websites; glos. 300 termos; 1 nota; 1 filme; alf.; ono.; 21 x 14 cm; br.; Associação Internacional Editares; Foz do Iguaçu, PR; Brasil; 2015; páginas 42 e 70.

6. **Schneider**, João Ricardo; *História do Parapsiquismo: Das Sociedades Tribais à Conscienciologia*; pref. Marcelo da Luz; revisores César Machado; et al.; 866 p.; 3 partes; 28 caps.; 165 enus.; 27 ilus.; 1.409 notas; 1.044 refs.; 212 webgrafias; alf.; geo.; ono.; 28 x 21 x 4,5 cm; br.; Associação Internacional Editares; Foz do Iguaçu, PR; Brasil; 2019; página 17.

7. **Seno**, Ana; *Comunicação Evolutiva nas Interações Conscienciais*; pref. Málu Balona; revisor Equipe de revisores da Editares; 342 p.; 4 seções; 7 ilus.; 12 tabs.; 17 filmes; 113 refs.; 13 webgrafias; 2 apênds.; alf.; ono.; br.; Associação Internacional Editares; Foz do Iguaçu, PR; Brasil; 2013; página 13.

8. **Tornieri**, Sandra; *Mapeamento da Sinalética Energética Parapsíquica*; pref. Hernande Leite; revisores Mabel Teles; et al.; 296 p.; 4 seções; 55 caps.; 1 citação; 23 E-mails; 153 enus.; 138 exemplos; 1 foto; 1 microbiografia; 55 pensatas; 11 questionamentos; 1 tab.; 11 técnicas; 2 testes; 21 websites; glos. 135 termos; glos. 210 termos; 6 filmes; 51 refs.; 1 anexo; 2 apênds.; alf.; 21,5 x 14 cm; br.; Associação Internacional Editares; Foz do Iguaçu, PR; Brasil; 2015; página 17.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. **Carvalho**, Claudio Luiz de; *Os Elementos do Jornalismo; Observatório da Imprensa*; Jornal; Ano 23; N. 1.238; Ed. 963; Seção: *Imprensa em Questão; Projor: Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo*; Campinas, SP; 23.10.2017.

2. **Cornu**, Daniel; *Jornalismo e verdade: para uma Ética da Informação (Jornalisme et vérité: L'éthique de l'information au défi du changement médiatique)*; trad. Armando Pereira da Silva; 1 Vol.; 468 p.; 9 caps.; 2 anexos; alf.; 23,5 x 16 x 3 cm; br.; Instituto Piaget; S. L.; 1994; página 17.

3. **Duarte**, Jorge; & **Moutinho**, Ana Viale; Orgs.; *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e prática*; apes. Jorge Duarte; int. Alberto Dines; pref. Bernardo Cucinski; & Cristovam Buarque; 1 Vol.; 624 p.; 3 partes; 178 seções; 36 caps.; 36 enus.; 1 gráf.; 13 ilus.; 1 organograma; 12 tabs.; 9 websites; glos. 56 termos; 110 notas; 573 refs.; alf.; 28 x 21 cm; br.; 5ª Ed. rev. e aum.; Editora Atlas Ltda; São Paulo, SP; S.D.; página 316.

4. **Federação Internacional de Jornalistas (FIJ)**; et al.; *Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo – UNESCO, Paris, 1983*; Artigo; *Sindicato dos Jornalistas*; Revista; Lisboa; Portugal; S.D.; 10 enus.; 1 nota; disponível em: <<https://jornalistas.eu/principios-internacionais-da-etica-profissional-no-jornalismo-1983/>>; acesso em: 26.05.23; 21h32.

5. **Kovach**, Bill; & **Rosenstiel**, Tom; *Os Elementos do Jornalismo (The elements of journalism)*; coord. Ana Carolina Mesquita; pref. Fernando Rodrigues; pról. Bill Kovach; & Tom Rosenstiel; revisor Paulo César de Oliveira; trad. Wladir Dupont; 1 Vol.; 302 p.; 1 parte; 10 caps.; 13 abrevs.; 9 citações; 2 E-mails; 11 enus.; 24 ilus.; 10 siglas; 11 notas; alf.; 21 x 14,5 cm; br.; *Geração de Comunicação Integrada Comercial Ltda.*; São Paulo, SP; Brasil; Março, 2003; páginas 114, 115, 248, 249 e 256.

6. **Teles**, Mabel; *Profílixia das Manipulações Conscienciais*; colaboradores Eduardo Ferreira; & Ivo Valente; pref. Flávia Guzzi; revisores Ana Flávia Magalhães; Cathia Caporali; Cesar Cordioli; Cristiane Ferraro; Dulce Daou; Erotides Louly; Flávio Buononato; Giselle Razera; Júlio Almeida; & Rosemere Victoriano; 346 p.; 1 cronologia; 22 E-mails; 10 endereços; 223 enus.; 10 filmografias; 1 foto; 1 microbiografia; 32 perguntas; 2 tabs.; 10 websites; glos. 182 termos; 344 refs.; 1 apênd.; alf.; 21 x 14 cm; br.; Associação Internacional do Centro de Altos Estudos da Conscienciologia (CEAEC); & Associação Internacional Editares; Foz do Iguaçu, PR; Brasil; 2007; páginas 99 e 118.

7. **Vieira**, Cássio Leite; *Pequeno Manual de Divulgação Científica: dicas para cientistas e divulgadores de ciência*; apres. A José Reis; com. Ampersand Comunicação Gráfica; pref. Cássio Vieira Leite; 1 Vol.; 48 p.; erro parte; 40 seções; 3 caps.; 23 citações; 12 enus.; 1 escala; 1 fluxograma; 1 fórmula; 9 ilus.; 2 técnicas; 27 refs.; alf.; 21 x 14,5 cm; br.; 3ª Ed.; *Instituto Ciência Hoje*; Rio de Janeiro, RJ; Brasil; 2007; páginas 12 e 13.

8. **Vieira**, Nerli; *Assessoria de Comunicação Conscienciológica; Compromisso Midiático Assistencial*; verbetes; In: **Vieira**, Waldo; Org.; *Enciclopédia da Conscienciológica*; apres. Coordenação da ENCYCLOSSAPIENS; revisores Equipe de Revisores da ENCYCLOSSAPIENS; CLXXIV + 23.004 p.; 1.112 citações; 11 cronologias; 33 *E-mails*; 206.055 enus.; 602 especialidades; 1 foto; glos. 4.580 termos (verbetes); 701 microbiografias; 270 tabs.; 702 verbetógrafos; 28 *websites*; 670 filmes; 54 videografias; 1.087 webgrafias; 13.896 refs.; 9ª Ed. rev. e aum.; Digital; *Associação Internacional de Enciclopediologia Conscienciológica* (ENCYCLOSSAPIENS); & *Associação Internacional Editares*; Foz do Iguaçu, PR; 2018; páginas 1.795 a 1.800 e 6.229 a 6.235; disponível em: <<http://encyclossapiens.space/nona/ECDigital9.pdf>>; acesso em: 10.04.19; 18h52.

