



I Persuasori

Messaggi subliminali e controllo mentale di massa

Scrivo questo articolo nel mio ruolo d'insegnante. Anche in questa veste, purtroppo e ancora una volta, il fenomeno delle scie chimiche è destinato ad accompagnarmi. Ho sempre parlato ai ragazzi di questa tematica, invitandoli a guardare loro stessi il cielo per costruirsi un'opinione. Mi riferivano, a volte, di aver notato decine di aerei sorvolare la nostra zona (che, in effetti, non dovrebbe essere percorsa da voli civili e commerciali in modo così massiccio), compiendo acrobazie incredibili, riprodotte col gesso sulla lavagna, con precisione certosina. Non fui molto sorpresa, quando notai, in un testo della scuola, delle nubi disegnate a strisce rettilinee orizzontali. Nuvole a forma di scia! Il volume era pieno di illustrazioni simili, e così altri libri per la Scuola Primaria. Potevo considerarle immagini subliminali?

Il termine subliminale (sub-limen: sotto il limite) si riferisce al confine fra conscio e inconscio. È la soglia, il passaggio fra due mondi. Un messaggio subliminale è uno stimolo troppo debole per essere percepito e riconosciuto che passa al di sotto della soglia della coscienza, ma non tanto da non esercitare la sua influenza. In quel caso non si trattava di un messaggio subliminale, poiché le immagini erano talmente evidenti da essere pienamente perce-

pite. Alcuni studiosi, infatti, affermano che a volte non si è di fronte a un messaggio subliminale nel vero senso della parola ma a un evidente sopraliminale, tanto che lo si vedrebbe chiaramente, se non fosse per la distrazione, oppure, come credo, per la mancata consapevolezza dei fatti. Quanti non conoscono la tematica delle scie chimiche, che idea potranno costruirsi? Una soltanto e cioè che tali nuvole sono assolutamente normali e, quando vedranno nubi identiche in cielo, non si porranno domande. È dunque un tentativo di condizionamento, se non si ha la possibilità di filtrare quanto ci viene comunicato. Il messaggio, subliminale o superliminale che sia, può essere smascherato, è un fatto di attenzione; nel momento in cui capiamo che c'è un'informazione nascosta, esso perde la sua efficacia.

L'anomalia diventa norma

Questo il punto più interessante dell'intera questione. Sicuramente la presenza di tali illustrazioni nel testo non sarà stata intenzionale. Rilevo però un retroscena

IN APERTURA

Una scena del film "Quarto potere" di Orson Welles.

NELLA PAGINA A FIANCO

Possibili scie chimiche in un cartellone pubblicitario e due scene dai film "Il Re Leone" e "Bianca e Bernie" con immagini subliminali.



ancora più subdolo e pericoloso. Generalmente i disegnatori sono giovani. Avranno forse voluto riprodurre in quelle immagini la loro interpretazione della realtà, considerando dunque nella norma avere un cielo a strisce? Se così fosse, sicuramente siamo già andati molto oltre. Se le scie chimiche non esistono, come alcuni sostengono, per quale ragione si dovrebbero inserire nei testi per bambini delle normalissime scie di aereo? Nella mia lunga carriera d'insegnante non ho mai visto nulla di simile, errori grossolani a parte. La cosa più triste dell'intera questione è stata la difficoltà nel cambiare il testo (la Circolare ministeriale n. 16/2009 contempla vincoli quinquennali legati al contenimento della spesa nel pubblico impiego, prevedendo sostanzialmente l'accesso ai libri di testo on line, scaricabili da internet) a meno di voler fare ricorso al Tar, che già nel 2009 invalidò una parte della Circolare summenzionata, riaffermando la «ricorrenza di specifiche e motivate esigenze» che possono costituire una deroga alla quinquennalità della scelta stessa. Tra queste esigenze viene indicata nella sentenza quella del «cambio del docente». In effetti, il vincolo avrebbe comportato il fatto che un insegnante (sumentrante a quello che ha compiuto la scelta) sarebbe stato obbligato a tenersi per cinque anni quel testo, scelto da altri. E questa è una palese violazione della libertà d'insegnamento. C'è anche da dire che la questione sulla durata quinquennale pare rispondere ad esigenze che non sono propriamente quelle di natura metodologico-didattica. E nemmeno quelle di favorire, come dichiarato, il risparmio da parte delle famiglie nell'acquisto dei libri (la prova sta nel fatto che nella scuola primaria i genitori non pagano i libri, è sancita la gratuità dei testi, esiste la cedola libraria). Permane il dubbio che sotto ci siano altre motivazioni e altri interessi, segnatamente quelli del mercato e delle case editrici. Se avessi voluto, quindi, avrei potuto ottenere di cambiare il testo, che sarà però in vigore solo per l'anno scolastico 2010-2011, essendo una vecchia adozione. E comunque i ragazzi della mia scuola sono informati sulla questione scie chimiche, oltre che sui messaggi subliminali. Esattamente due anni fa ci divertimmo a snidare nei cartoni animati i fotogrammi celati.

Esempi eccellenti

Che dire della scritta sex nella storia del «Re Leone»? film a cartoni animati della Walt Disney, uscito nel 1994. La scena in questione ha luogo quando il giovane Simba pensa con tristezza alla morte del padre Mufasa; sale su uno spuntone di roccia e si accascia. D'improvviso, un turbino di polvere nell'aria forma per un istante la scritta «SEX», leggermente inclinata a sinistra. Trovammo altre immagini strane in svariati cartoni non così famosi e comunque internet è un'ottima fonte per documentarsi. «Bianca e Bernie», ad esempio. Nel 1999 la Disney ha annunciato il ritiro dal mercato di questa videocassetta, perché contenente una «riprovevole immagine che passa sullo



sfondo». Mentre i due simpatici roditori planano tra i grattacieli dentro una scatola di sardine, in due frame non consecutivi, appare alla finestra l'immagine fotografica di una donna in topless. Ma anche in altri cartoni come la «Sirenetta», «Hercules», fino all'ultimo arrivato «Cars» (protagonista l'automobilina Saetta) andato in onda su Disney Channel, ci sono immagini subliminali. In quest'ultimo cartone, per la precisione, appaiono reticoli di scie rilasciate dagli aerei. Perché?





avviene negli Stati Uniti, dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, in concomitanza con lo sviluppo dell'era consumistica. In quegli anni si assiste all'entrata delle discipline psicologiche negli studi del marketing. Esistono varie documentazioni che dimostrano come furono finanziate alcune ricerche, in America, in questi settori. Il primo a parlare di messaggi subliminali fu Vance Packard con il suo libro "I persuasori occulti". James Vicary, poi, ufficialmente conosciuto come agente pubblicitario, nel '50 scrisse un articolo sulla rivista Printer's Ink: "Come applicare i metodi della psichiatria alla ricerca di mercato". Vicary compì esperimenti sottoponendo soggetti alla visione di un film nel quale erano stati inseriti fotogrammi di una nota marca di gelati. Gli esiti delle prove rimasero sconosciuti. Più noto, invece, fu l'esperimento sempre da lui condotto a Fort Lee, nel New Jersey: in una sala cinematografica furono proiettati frame incitanti al consumo di pop-corn, patatine e coca cola; le cronache del tempo raccontano che, in effetti, all'uscita dalle sale si registrò un aumento delle vendite che sfiorò il 50%. Diverse autorità giudiziarie presero provvedimenti per vietare l'uso di queste tecniche. Se l'opinione pubblica e i giudici si lasciarono facilmente convincere, alcuni pubblicitari e alcuni ricercatori di psicologia cognitiva

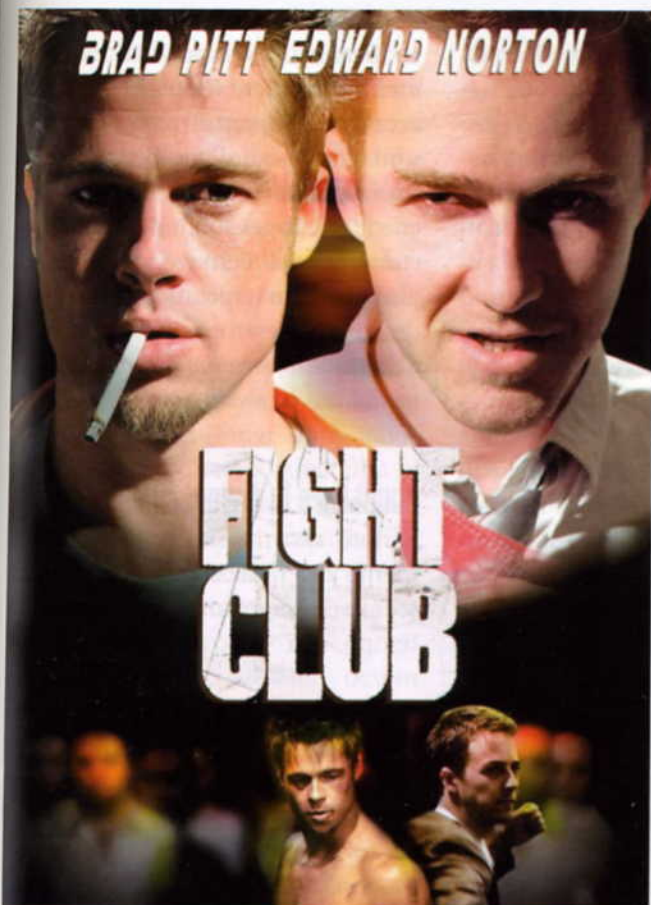


Psichiatria e mercato

I messaggi subliminali sono così duttili che è possibile ritrovarli ovunque. Come si fa, ad esempio, a dimenticare il celebre film "Quarto potere", che racconta gli effetti perversi dei media sulle menti umane? Pensiamo anche a "Fight club", di David Fincher, dove il protagonista (Brad Pitt) fa esplicito riferimento all'utilizzo di fotogrammi nascosti nelle scene delle pellicole cinematografiche.

Benché sulla definizione del termine subliminale non sussistano dubbi, legislatori, sociologi e psicologi sono ancora in disaccordo su cosa sia veramente un messaggio subliminale. La nascita di tale forma di comunicazione

manifestarono scetticismo. Vicary non fu in grado di fornire le prove a sostegno delle sue affermazioni. Alcuni esperimenti, condotti utilizzando la stessa tecnica, non misero in evidenza una variazione dei consumi, né di Coca Cola, né di pop corn. Messo alle strette, Vicary ammise, in un'intervista del '62, di aver inventato tutto. Questa vicenda viene presa a sostegno della tesi che le immagini subliminali non esistono, ma se un bambino, con un po' di attenzione, può scoprirle, ciò significa che sono una realtà. È dimostrato il loro ricorso in numerose circostanze e con finalità discutibili. Chi le nega porta avanti argomentazioni minate nelle fondamenta; sul motivo per cui lo faccia, ci sarebbe molto da discutere.



Come ti aumento la produzione

Altro ricercatore da menzionare è Hal Becker, che scrisse più di quaranta articoli su questo tema e ottenne un finanziamento di circa un milione di dollari per le sue ricerche sul controllo del comportamento. Il dossier che ne risultò venne però segregato e non sono note le scoperte cui egli pervenne. In Italia, abbiamo la bozza di una lettera che G. Agnelli scrisse agli azionisti della FIAT nel 1980, in cui si parlava di uno staff di persone impegnate in un progetto di sonorizzazione di alcuni settori produttivi della sua industria, basandosi su tecniche già sperimentate in precedenza dalla Shell e dalla General Motors. L'obiettivo era quello di modificare i comportamenti degli operai per innalzarne la produttività. Altre notizie sulla ricerca scientifica in questo campo risalgono al '95: il Moscow Times parla di scienziati russi impegnati nella ricerca della manipolazione della capacità di scelta umana. Il fantasma del controllo mentale di massa si stava materializzando, al punto che la Federal Communications Commission bandì l'uso dei messaggi subliminali per radio e per televisione. Nonostante ciò, i pubblicitari non rinunciarono ad avvalersi di una strategia dalle conse-

NELLA PAGINA A FIANCO

Nel film "La Sirenetta" chiari riferimenti sessuali. In "Cars" un cielo coperto di possibili scie chimiche. A dx, James Vicary.

guenze esplosive dal punto di vista commerciale. Per esempio, messaggi a contenuto sessuale vennero trasferiti abitualmente nella pubblicità di diversi prodotti. A titolo informativo, il governo italiano, nel 1990, per "arginare" il fenomeno, vietò espressamente la trasmissione di messaggi subliminali, emanando la legge 223 ma le leggi, si sa, vengono spesso disattese.

Tipi di messaggi subliminali

I messaggi subliminali di tipo visivo utilizzano principalmente due tecniche:

- 1 - il *flashing image*: consiste nel flashare per poche frazioni di secondo un'immagine durante la visione di altre normali sequenze estranee alla prima;
- 2 - imprimendo un segnale di debole intensità in un contesto di segnali dominanti, come inserire oggetti o parole nascoste all'interno di una trama generale.

Per i messaggi subliminali di carattere uditivo, invece, si adoperano tre tecniche:

- 1 - il messaggio bifronte: letto al contrario mostra un contenuto anch'esso di senso compiuto ma dal significato diverso;
- 2 - il messaggio a velocità modificata o variabile, dove le parole sono riprodotte ad una velocità alterata, simile al farfuglio;

- 3 - il *backmasking*: consiste nella registrazione del messaggio su un nastro e del rovesciamento nell'operazione del rimessaggio su frequenze alte o basse. Ciò produce in apparenza un suono incomprensibile. Quest'ultima tecnica, in particolare, sarebbe utilizzata da musicisti aderenti ad un certo tipo di filosofia o religione.

La direttiva europea e la legge Maccanico sul riordino radiotelevisivo, che vietano rappresentazioni pubblicitarie con messaggi cifrati, tecniche subliminali o che modifichino il volume audio della diffusione, non hanno effettivamente contribuito a rendere più sicura l'enorme quantità d'informazione alla quale ogni giorno siamo soggetti. Uno studio portato avanti dall'ONU in materia recita che «*le implicazioni culturali dell'indottrinamento subliminale sono il più grande pericolo per i diritti umani nel mondo. Volendo, anche l'annullamento e la modificazione di un'intera cultura sono possibili mediante stimolazioni subliminali*».

L'ombra del Grande Fratello si erge minacciosa. Sesso, droga, satanismo sono temi ricorrenti. Forse è il caso di occuparci in modo più incisivo di tutto ciò che ci viene incontro dal mondo esterno, ma per far questo abbiamo necessità di un'arma: la conoscenza ma anche la consapevolezza che non sempre quanto ci viene mostrato è sostanzialmente vero. Ricordiamo che nel celebre "1984", di George Orwell, il protagonista falsifica i documenti storici in modo che la visione del Partito non sia mai contraddetta dai fatti, in ossequio al principio del "bipensiero", per il quale è la realtà a doversi piegare alla visione del Partito, e non il contrario.

Dietro i messaggi subliminali

Le teorie sono varie, da quelle cospirazioniste a quelle prettamente consumistiche. Prendiamo l'esempio di "Bianca e Bernie". La Walt Disney ha pagato settanta milioni di dollari (fonte il Blog di Beppe Grillo) per non comparire al processo. Se il cartone animato è composto da tanti fotogrammi affiancati, è giusto pensare che ci sia una volontà nell'inserire quella determinata immagine. Ora la domanda è: perché?

Uno scherzo? Settanta milioni di dollari sono tanti per uno scherzo... Infine, si sa qual è stato l'effetto di quel fotogramma sui bambini? Non mi sembra esistano in tal senso studi a lungo raggio. E come mai la maggior parte dei messaggi subliminali sono a sfondo sessuale? Perché nessuno interviene per punire il fenomeno o ricercare i responsabili?

Quanto sono efficaci?

La teoria dell'apprendimento inconscio è stata a lungo discussa dagli studiosi, senza raggiungere risultati concreti. Come per tutte le discipline, anche sull'efficacia dei cosiddetti messaggi subliminali ci sono sostenitori e avversari. Da una parte c'è chi considera i messaggi subliminali un pericolo effettivo, dall'altra chi sminuisce questo allarmismo. Secondo alcuni le credenze sui messaggi subliminali hanno cominciato a diffondersi verso la fine degli anni Cinquanta, a causa dell'esperimento di James Vicary, senza avere però basi concrete su cui appoggiarsi. A parte che un singolo episodio non fa testo, se così fosse, se non ci fosse nulla di vero, perché inserire messaggi e immagini dal fine poco chiaro nei prodotti destinati ai bambini? Chi nega le immagini subliminali, su quali basi esprime il

suo giudizio? Per quale motivo una casa editrice o una casa produttrice di filmati per bambini dovrebbe nascondere scritte e immagini poco rassicuranti? O vogliamo addirittura negare, contro ogni evidenza, la tangibilità di tali immagini? Essenzialmente lo scopo di un messaggio subliminale sarebbe di invogliare il consumatore ad acquistare uno specifico prodotto. Oppure, attraverso la scrittura e la grafica, ma anche attraverso il suono, potrebbe servire a propagandare pensieri e ideologie di qualsiasi natura. Una mia risposta l'ho già accennata nei miei scorsi articoli, in particolare in quelli sul terremoto di L'Aquila (X Times n. 18 e 19). Chi vuole sviare l'uomo dalla sua corretta evoluzione sulla terra? Chi vuole allontanarlo dal mondo dello Spirito per prospettargli una vita puramente e semplicemente materiale? Sesso, droga, macchine sportive...! Se non interveniamo prontamente, sarà tardi per i nostri ragazzi. Spesso il messaggio non ha effetto nel breve periodo ma punta a condi-

zionamenti le cui manifestazioni si verificano nel tempo. Molti avvenimenti a carattere sessuale che stanno accadendo soprattutto tra i giovanissimi, gli episodi di violenza, di bullismo potrebbero essere imputati anche ai messaggi subliminali? Un documento del Pentagono del 2003, "Information Operation Roadmap" descrive, ad esempio, «la necessità di (...) usare operazioni psicologiche per modificare in modo aggressivo il comportamento».

Accettare la suggestione

È noto quanto sia influenzabile la mente dei ragazzi prima dell'adolescenza e sappiamo altresì quanto tempo essi trascorrono davanti al mezzo televisivo, spesso senza la compagnia di un adulto che faccia da mediatore. Nella società dei consumi il bambino ha conquistato un ruolo da protagonista: l'infanzia si trasforma in una categoria capace di determinare ingenti fatturati e di influenzare i comportamenti d'acquisto degli adulti. Il bambino, quindi, è



IN PAGINA E A FIANCO

La farfalla della locandina del film "Il Silenzio degli Innocenti", è un'immagine subliminale di ben altro tipo...

sottoposto ogni giorno a un continuo bombardamento di stimoli da parte dei media. Le neuroscienze mettono in crisi il modello di uomo razionale della teoria economica classica, ovvero l'omo economicus, poiché si arriva all'idea che le scelte sono influenzate da una serie di fattori che vanno oltre la razionalità, fattori automatici che si riferiscono ai meccanismi affettivi, inconsci e involontari che guidano le azioni dell'uomo. Il neuromarketing fa intravedere una concreta possibilità di manipolazione della mente umana, soprattutto quella dei bambini. Vi sono ampie prove del fatto che le pubblicità che incontriamo nella vi-



ta quotidiana e che percepiamo coscientemente possono avere notevoli effetti sul nostro comportamento, pur non contenendo messaggi subliminali. Inoltre, simili pubblicità non si limitano a influenzare il comportamento consumistico, ma veicolano stereotipi culturali mediante parole e immagini, collegando subdolamente un prodotto a un'immagine desiderata e invogliando all'acquisto. Sulle principali reti televisive, durante le trasmissioni quotidiane, appaiono scritte in piccolo per pubblicizzare un prodotto o un programma tv. Alcuni ricercatori dicono che i messaggi subliminali non funzionano quando applicati alla vita quotidiana, mentre ci sono prove del loro

funzionamento se applicati in ricerche di laboratorio controllate. Se così fosse, perché spendere tempo e denaro per inserire messaggi ovunque? Ci sono cose molto più importanti verso le quali dirigere i nostri pensieri. L'Università Americana di Washington ha recentemente condotto una ricerca, dimostrando che il nostro cervello, invece, è realmente in grado di percepire a livello inconscio un'immagine, una parola, anche se appaiono per pochi millesimi di secondo. Nel corso di una ricerca condotta da psicologi dell'University College di Londra (UCL) con il concorso del Wellcome Trust, che firmano un articolo sulla rivista



Emotion, si evidenzia che i messaggi subliminali sono efficaci soprattutto quando veicolano un contenuto negativo. Possiamo concludere che non funzionano in modo indiscriminato. Non tutti coloro che saranno bombardati dai messaggi subliminali ne subiranno l'influenza, modificando il loro comportamento. Il dottor Emile Coué, infatti, afferma: «Potete pure cercare di far permeare qualcosa nella mente di qualcuno, ma se l'inconscio di quest'ultimo non accetta la vostra suggestione (...) non otterrete alcun risultato». Ma molti, senza dubbio, accetteranno la suggestione.

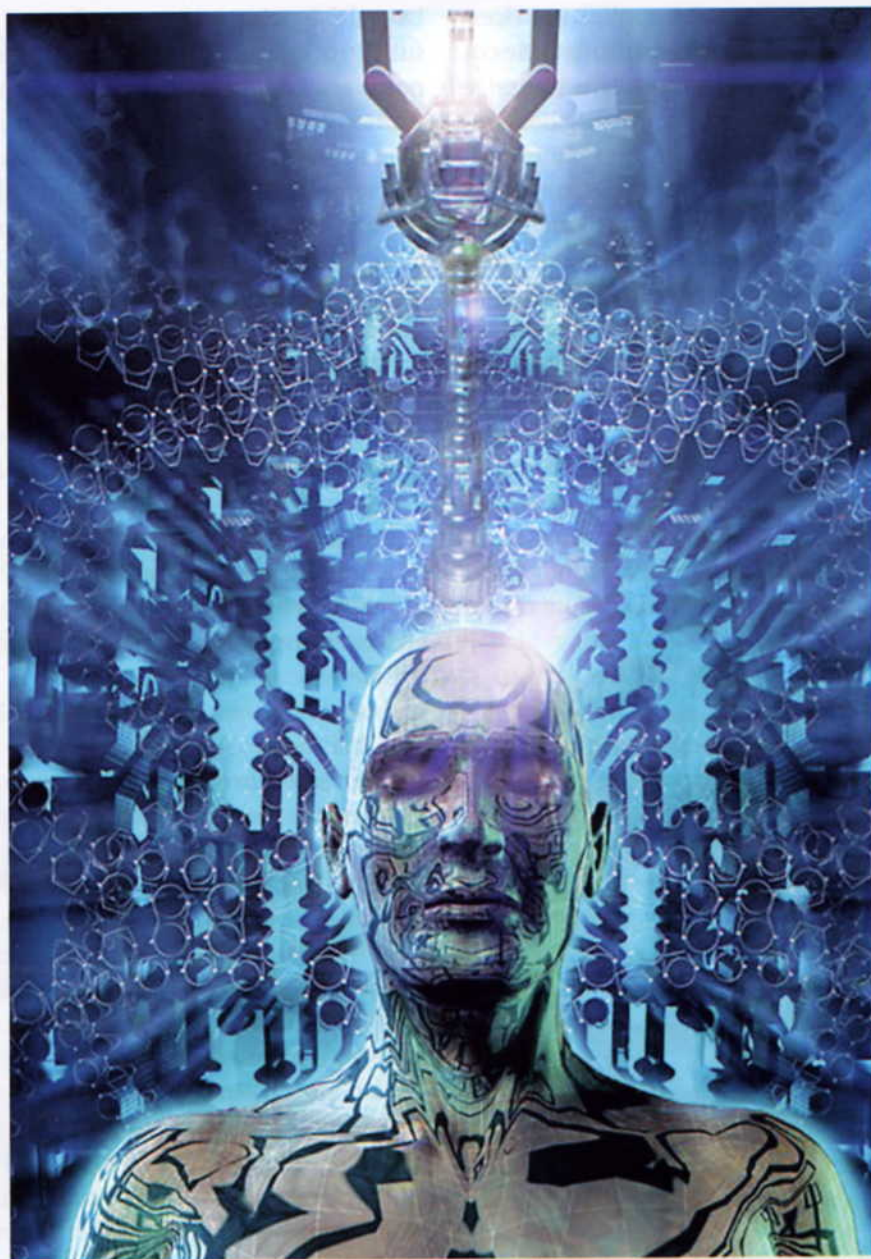
Le due facce della medaglia

Ogni medaglia ha sempre due facce.

La realtà è polare e occorre riflettere sul fatto che se l'inconscio è una porta aperta, i messaggi che gli inviamo possono anche portare guarigione e felicità. Negli anni '70 e '80, ad esempio, sorse un vasto mercato di audiocassette contenenti messaggi subliminali che invitavano le persone a perdere peso, smettere di fumare, migliorare il proprio modo di studiare, aumentare la stima di sé. Prendiamo ad esempio il Metodo Coué per la guarigione. Anche in questo caso si tratta di messaggi che inviamo al nostro inconscio. È il potere della suggestione. Al di là dei grossi affari per i produttori, qui si dimentica che il pensiero ha un portato enorme, esso è in grado di modificare il reale. Se cambiamo le nostre credenze e i nostri pensieri, cambia anche la realtà che ci circonda. Solo che un fatto è operare in piena coscienza e volontà, un altro è che siano altri a decidere cosa va bene e cosa non va bene per ciascuno di noi. Oltre ogni considerazione sulla maturità della società attuale e sulla sua capacità di capire problematiche complesse, qui il nodo da sciogliere è distinguere fra strumenti che, poniamo, in ambito medico possono guarire o migliorare la condizione umana, mentre, se usati in modo indiscriminato possono avere effetti incontrollati sul comportamento.

Inganni per l'Anima

L'attuale periodo storico viene chiamato, non a caso, civiltà dell'immagine. Quest'ultima, però, di solito, sa dare all'anima solo un cibo ingannevole. Se l'essere umano, adulto o bambino, potesse avere un giusto nutrimento animico, se la sua anima non fosse così affamata di Realtà Spirituali, l'Uomo non cadrebbe facilmente nelle reti di sirene incantatrici. Esse si servono in tutti i modi di immagini ma con altri scopi che quelli di dirigere pensieri, sentimenti, azioni verso l'elevazione spirituale. Al contrario, hanno il fine di asservire l'essere umano, creando una gabbia di for-



me-pensiero operanti a frequenze negative e orientate soprattutto a danneggiare la purezza dei bambini: guerre, miseria, paura, materialismo. È difficile crederci e lo scetticismo è d'uopo ma la forza subdola del Male risiede proprio nell'indifferenza e nella totale inconsapevolezza degli Uomini. Se da ogni male può venir fuori il bene, forse lo scopo recondito delle immagini subliminali potrebbe essere quello di acquisire una maggiore consapevolezza, una coscienza più sveglia, portare ad un'attenta osservazione dei simboli usati. Si potrebbe accedere con uno sguardo molto più attento ai vari logo, ai vari messaggi pubblicitari; in una parola a tutto ciò che

si nasconde dietro il mondo dell'immagine nel quale siamo immersi come uomini di questo tempo, così intriso di materialismo. Si potrebbero scoprire menzogne e artifici, evitando così di essere facilmente condizionati; ci si potrebbe difendere dai messaggi subliminali senza più subire un fascino che il più delle volte condiziona la nostra libertà di scelta. Già Steiner ebbe a dire che le conseguenze di una concezione materialistica del mondo non sarebbero così disastrose «*se solo si procedesse oltre seguendo il filo del pensiero. Senza tale pensare ampio non si può venire a capo del materialismo*». Solo questo ci consentirà di andare al di là del limite.

Ringrazio

Claudio Gregorat, con stima e affetto

Bibliografia

- Rudolf Steiner, *Il movimento occulto nel secolo XIX e il mondo della cultura*, Editrice Antroposofica, Milano, pag 62.
Emile Coué, *Il metodo Coué*, Edizioni Mediterranee, Roma, 1996, pag, 30.
Cristian Vitali, *Scie chimiche -Messaggio subliminale?*, AREA 51, n°25
Chiara Morozzi, *Il bambino consumatore e il neuromarketing*
Maddalena Lena *La fiaba: immagini di realtà interiori*
per www.disinformazione.it - 31 gennaio 2007
Rosa Laura, *Persuadere con un lampo. Messaggi subliminali, teoria dell'apprendimento inconscio*, Cicap, Codice: PSC2588

Sitografia

- <http://scienzamarcia.altervista.org/home.html>
<http://www.scuolaoggi.org/index.php?action=detail&artid=4373><http://lescienze.espresso.repubblica.it/>
<http://www.ccsq.it/Nicolino.Mas/Html/AspettiAll.htm>
<http://www.orizzonteuniversitario.it/messaggi%20subliminali.html>
<http://www.altrarealta.com/messaggi-subliminali.php><http://www.youtube.com/>
http://www.tifeoweb.it/index.php?option=com_content&view=article&id=425:persuasivi-messaggi-subliminali-&catid=49:costume-e-societa&Itemid=55
<http://www.studiovirtualepsicologia.com/publicitassubliminale.html>
http://it.geocities.com/madeinitaly_0/waltdisney.html
http://straker-61.blogspot.com/2008_02_01_archive.html
<http://straker-61.blogspot.com/2008/02/il-piano-del-pentagono-per-il-completo.html>
<http://libriromanzi.blogspot.com/2010/04/1984-george-orwell-fantastico.html>
<http://mikeplato.myblog.it/archive/2010/01/31/l-influenza-di-michael-per-combattere-e-vincere-il-dragone.html>