

MENSAGENS SUBLIMINARES SÃO POSSÍVEIS? UMA REFLEXÃO ESPIRITA



A Teoria Subliminar (1) remonta ao filósofo grego Demócrito (400 a.C.) e é descrita por Aristóteles, Montaigne, pelo físico brasileiro Mário Schenberg, pelo filósofo da linguagem Vilem Flusser e muitos outros. Os efeitos dos estímulos sensoriais, imperceptíveis conscientemente, vêm sendo medidos pela Psicologia Experimental. A percepção subliminar é um tema amplamente estudado, há mais de 100 anos, pela psicologia. Em 1919, o Dr. Otto Poetzle, ex-discípulo de Freud, prova que as sugestões pós-hipnóticas têm o mesmo resultado prático dos estímulos subliminares para alterar o comportamento humano. (2)

Os cépticos afirmam que subliminar é o que não é visto conscientemente; se viu, deixou de ser subliminar. Para eles, uma imagem ou uma idéia sugerida, nas entrelinhas, sutil ou periférica, não é subliminar. O especialista em psicologia do marketing Paul Buckley, da Cardiff School of Management, no País de Gales, afirmou que não há

evidências de que mensagens subliminares funcionem em situações reais do dia a dia.

Um estudo britânico, porém, diz que as pessoas são capazes de perceber mensagens subliminares, particularmente se seu teor é negativo. Em três experimentos, realizados por pesquisadores da University College London, de Londres, participantes foram expostos, durante curtos períodos de tempo, a imagens que continham palavras neutras, negativas ou positivas. As palavras apareciam de forma camuflada, ou seja, não eram facilmente identificáveis. Após observar as imagens, os voluntários tinham que classificá-las, dizendo se elas sugeriam alguma emoção ou não. No final, os participantes foram capazes de categorizar, corretamente, 66% das palavras negativas subliminares em comparação com apenas 50% das positivas.

Segundo creio, em quaisquer situações de repetidas informações negativas ou positivas, a questão das mensagens subliminares é um fato incontestado, conforme já propomos em comentário anterior. (3)

Experiências demonstram que temos a mente supraliminar e a mente subliminar. A Psicologia Profunda e a Parapsicologia confirmaram essas conclusões. Nossa mente de relação, que estabelece nossa relação com o mundo e com os outros, repousa sobre uma espécie de patamar, abaixo do qual se encontra a nossa mente de profundidade. Por isso, alguns estudiosos chamam a mente de relação de consciência supraliminar e a mente de profundidade de consciência subliminar. A primeira está sobre o limítrofe da consciência e a segunda está abaixo desse limiar. Quando sentimos um impulso inconsciente ou temos um pressentimento, há uma invasão, segundo alguns pesquisadores, da mente de relação pelas correntes

psíquicas do pensamento e da emoção da mente de profundidade. Há uma relação constante entre as duas formas mentais, que aumenta na proporção em que se desenvolve o ser psicológico.

O pesquisador Mathias Pessiglione, da Unidade "Motivação, cérebro e comportamento" do Inserm (Instituto Nacional de Pesquisa Médica), propõe demonstrar que é possível, graças a um sistema de recompensas, condicionar a escolha dos indivíduos, com a ajuda de desenhos abstratos, não percebidos de maneira consciente. Pessiglione e seus colegas identificaram alguns componentes do circuito cerebral que operam o condicionamento subliminar através de imagem por ressonância magnética. O "aprendizado instrumental" (com uma ação) é um processo mental que pode acontecer sem nosso conhecimento, como propõe estudo recente.

Para muitos experts, toda mensagem subliminar pode ser dividida em duas características básicas, ou seja, o seu grau de percepção e o de persuasão. A percepção subliminar é a capacidade de o ser humano captar, de forma inconsciente, mensagens ou estímulos fracos demais para provocar uma resposta consciente. Segundo a hipótese, o subconsciente é capaz de perceber, interpretar e guardar uma quantidade muito maior de dados que o consciente. Como exemplo, são as imagens que possuem um tempo de exposição pequeno demais para serem percebidas conscientemente, ou sons baixos demais para serem claramente identificados. (4) Dados, que passariam despercebidos pela mente consciente, seriam, na verdade, interpretados e guardados.

Um dos principais problemas na análise, e na definição do que seria esse "limiar de percepção consciente", é que os fatores se apresentam de uma forma, exageradamente,

circunstancial e pessoal. Um mesmo estímulo poderia se apresentar como subliminar, ou não-subliminar, dependendo do momento e contexto em que ele foi apresentado, e dependendo da pessoa que está recebendo. Existe uma grande variação na capacidade de percepção de cada ser humano, seja o potencial "bruto" de cada um dos seus sentidos, seja o tipo de informação que é percebida pelo cérebro - que possui uma absurda variação, dependendo da personalidade e da vivência de cada pessoa. O "limiar de percepção" seria um limiar único e momentâneo, diferente para cada pessoa e em cada momento em que é analisado. Qualquer pessoa que saiba manejar a própria atenção observará a mudança, de vez que o nosso pensamento vibra em certo grau de frequência, a concretizar-se em nossa maneira especial de expressão, no círculo dos hábitos e dos pontos de vista, dos modos e do estilo que nos são peculiares. (5)

Sabemos que a televisão é o meio de comunicação mais popular. Suas ondas informatizadas chegam aos lares dos ricos e, quase integralmente, entre a camada mais pobre. Será que a fusão de imagem e som garante o sucesso que o aparelho de TV tem hoje? E por que, mesmo com o advento das telecomunicações e da Internet, a TV continua sendo a peça chave na construção e formação de opinião do público em geral? Muitas vezes, o indivíduo não consegue desenvolver uma consciência crítica, através da qual lhe seria possível "se defender" das manipulações e modos alienativos pregados pela TV.

Em verdade, não é fácil resistir a todo apelo de propaganda. Estamos sob uma lavagem cerebral diária, guerra psicológica subliminar que nos bombardeia por todas as mídias: do cinema e TV às revistas e outdoors, passando pelos computadores, vitrines de lojas e

palanques políticos. Hoje, as telenovelas usam o merchandising, inserindo os produtos (motos, sorvetes, sandálias, bancos, perfumes, roupas, etc.) na narrativa, de modo, aparentemente, inocente e “inofensivo”. Essas formas de persuasão estão ligadas, diretamente, com os nossos prazeres inibidos, retraídos, quais sejam: o sexo, a morte e a autodestruição (fumantes, alcoólatras, drogados). É em cima destes prazeres que as propagandas subliminares "atacam" os consumidores.

Nosso universo mental possui seus meandros emblemáticos. Concebemos que "a matéria mental é o instrumento sutil da vontade, atuando nas formações da matéria física, gerando as motivações de prazer ou desgosto, alegria ou dor, otimismo ou desespero, que não se reduzem, efetivamente, a abstrações, por representarem turbilhões de força em que a alma cria os seus próprios estados de mentação indutiva, atraindo, para si mesma, os agentes (por enquanto imponderáveis na Terra), de luz ou sombra, vitória ou derrota, infortúnio ou felicidade.” (6)

Pelos princípios mentais, que influenciam em todas as direções, encontramos a telementação e a reflexão, comandando todos os fenômenos de associação. Essas impressões se apóiam nos centros do corpo espiritual, que funcionam à guisa de condensadores, atingem, de imediato, os cabos do sistema nervoso, a desempenharem o papel de preciosas bobinas de indução, acumulando-se, aí, num átimo e reconstituindo-se, automaticamente, no cérebro, onde possuímos centenas de centros motores, semelhantes a milagroso teclado de eletroímãs, ligados uns aos outros, e em cujos fulcros dinâmicos se processam as ações e as reações mentais, que determinam vibrações criativas, através do pensamento ou da palavra, considerando-se o encéfalo como poderosa estação

emissora e receptora e a boca por valioso alto-falante. “Tais estímulos se expressam, ainda, pelo mecanismo das mãos e dos pés ou pelas impressões dos sentidos e dos órgãos, que trabalham à feição de guindastes e condutores, transformadores e analistas, sob o comando direto da mente.” (7)

Quando estamos em estado hipnótico, o subconsciente assume um papel mais dominante do que o consciente. Os operadores de marketing, aqueles que querem vender os seus produtos, utilizam o processo de reação condicionada (de compra), baseado em Pavlov. As condições são: repetição, intensidade e clareza (ou simplicidade) dos estímulos. Observe que os anúncios são cheios de cores, rápidos e repetitivos. Quantas vezes não vemos uma mesma informação? “Sempre que pensamos... criamos formas-pensamentos ou imagens-moldes que arrojamos para fora de nós. Sobre todos os que aceitem o nosso modo de sentir e de ser, consciente ou inconscientemente, atuamos à maneira do hipnotizador sobre o hipnotizado, verificando-se o inverso, toda vez que aderimos ao modo de ser e de sentir dos outros.” (8)

Os reflexos adquiridos ou condicionados são respostas conseguidas por estímulos diferentes daqueles que, primitivamente, provocavam-nas por meio de associação ao estímulo normal em condições preestabelecidas para se obter o chamado condicionamento (Enciclopédia Luso-Brasileira). Em outras palavras, são os que se produzem sob determinadas condições, independentemente, do estímulo direto. “O reflexo precede o instinto, tanto quanto o instinto precede a atividade refletida, que é base da inteligência nos depósitos do conhecimento. Toda a mente vibra na onda de estímulos e pensamentos em que se identifica. Nos cães de Pavlov, comer é ato automático. A

carne é hábito adquirido. São nesses reflexos condicionados da atividade psíquica que principiam para o homem de pensamentos elementares os processos inconscientes da conjugação mediúnica, ou seja, emissão e recepção de ondas. Nesse sentido, conversação, leitura e filmes representam agentes de indução, extremamente, vigorosos. "(9)

A Doutrina Espírita é o alimento do íntimo e da personalidade dos que tiveram ou que venham a ter a ventura de conhecê-la; é o paradigma, acatado pela razão e não imposto, que o Espírito assimila, após vidas sucessivas. Estimula aqueles que se aprofundam nos seus ensinamentos, princípios e valores, à prática do Bem e do Amor ao próximo, do Perdão ao inimigo, da Beneficência e da Caridade. Por esta razão, o problema da reformulação de nossas atitudes é uma questão de profundidade. O que seria a reforma íntima no contexto dos reflexos condicionados? Seria mudar as nossas respostas aos velhos estímulos. É como uma pessoa aborrecida em que costuma esbravejar ao estímulo de uma contrariedade. Até que, exercitando-se, acaba por compreender a situação adversa, não se aborrecendo com a adversidade, mantendo, sempre, o controle sobre si mesmo.

Jorge Hessen

Site <http://jorgehessen.net>

email jorgehessen@gmail.com

Fontes:

(1) Subliminar significa "abaixo do limiar de percepção". Simples assim. Um som numa frequência mais alta do que

o ouvido pode escutar ou uma imagem tão rápida que o olho não possa captar são exemplos de estímulos subliminares.

(2) Fisiologicamente, o olho humano tem umas células chamadas bastonetes, que formam a visão periférica (chamada de fundo, pela psicologia da Gestalt), e outras chamadas de cones, que constituem a fóvea, nosso foco de visão consciente (figura, na Gestalt). Tudo o que é percebido pelo consciente-foco-fóvea-cones-figura... é o subliminar-inconsciente-bastonetes-fundo!

(3) Comentário publicado no site do <http://espiritismo.net>, em janeiro de 2009

(4) A técnica de ocultar mensagens em músicas é conhecida como "back masking" (algo como "escondido atrás") e é uma das mais usadas como argumento por defensores de teorias conspiratórias para justificar teses de dominação mental em massa.

(5) XAVIER, Francisco C., VIEIRA, Waldo. Mecanismos da Mediunidade. Pelo Espírito André Luiz. 23 ed. Rio de Janeiro: Federação Espírita Brasileira, 2004.

(6) XAVIER, Francisco C., VIEIRA, Waldo. Mecanismos da Mediunidade. Pelo Espírito André Luiz. 23 ed. Rio de Janeiro: Federação Espírita Brasileira, 2004, cap.IV

(7) Idem

(8) Idem

(9) Idem