

Desligue Sua TV



*** Lonnie Wolfe ***

Tradução : Victorino C. Santos
<victorino.santos%hlbbs@ax.apc.org>

Biblioteca On-line São Miguel Arcanjo

<http://saomiguel.webng.com>

**O objetivo de oferecer este texto via Web é apenas fazer
você pensar sobre o assunto. Não necessariamente concordamos com
qualquer das opiniões aqui expostas.**

INTRODUÇÃO

O presente trabalho circula em Inglês na Rede Internet (disponível via ftp-anônimo em etext.archive.umich.edu, diretório /pub/Politics/LaRouche, arquivos tv*gz) e o autor Lonnie Wolfe denuncia o domínio "fascista" das mentes através da lavagem cerebral pela televisão.

O trabalho é surpreendente e inacreditável pela referência a organismos, pessoas e fatos correlacionados que comprovam a contínua degradação proposital dos valores morais de nossa sociedade, que se alastra por todo mundo Ocidental e começa a invadir também o Oriente, utilizando a lavagem cerebral proporcionada pela televisão nos últimos 40 anos. No dizer do próprio autor: "É a criação de uma estrutura fascista de poder sem o aparato do Estado nazista".

O autor é profundamente religioso e procura mostrar os fatos pela perspectiva do ataque à religião. Isto é apenas meio e não objetivo final, que é o controle total da sociedade pela sua degradação paulatina. Mesmo aqueles que não possuam fé religiosa deverão examinar os fatos e comparar com o que acontece no dia a dia da televisão Brasileira. Nada é feito que dignifique o ser humano, ao menos o respeito ao semelhante ou a sua família, abstraindo-se de qualquer convicção religiosa. Nas últimas novelas apresentadas até o tabu do incesto está sendo derrubado. Em outra novela nenhum dos casais terminou com seu par legal ou no mínimo cometeram adultério implícito ou explícito. Tudo isso mostra uma orquestração para tornar os seres humanos mais próximos dos animais e mais facilmente domináveis.

O trabalho se referencia aos Estados Unidos mas pouca diferença ocorre no Brasil quanto ao contexto geral do esquema de lavagem cerebral.

Junto com 2 companheiros, Dr Ronaldo De Biasi e o Ten Cel Antonio Carlos Gay Thomé, realizamos a tradução deste trabalho.

Agradeço a correção ortográfica a minha esposa, Helena de Andrade dos Santos e a paciência pelo sacrifício das nossas horas de lazer.

Por favor, LEIAM E PASSEM ADIANTE, e no recesso dos nossos lares iniciar um movimento pessoal de diminuir, por que eliminar e muito difícil, a influência da televisão nas nossas vidas.

**** Desligue sua TV- parte I - por Lonnie Wolfe**

Ei amigo, estou falando com você. Sim, você o menino sentado em frente da televisão. Abaixei o som um pouco, para que possa ouvir que estou falando.

Agora, tente concentrar sobre o que estou dizendo. Desejo falar a você, acerca de seu passatempo favorito. Não é basebol ou futebol, embora tenha alguma coisa com seu interesse como espectador deste esportes. Estou falando acerca do que você estava exatamente fazendo: vendo televisão.

Você tem alguma idéia como você gasta tempo em frente da televisão? De acordo com os últimos estudos, o Americano médio agora gasta entre cinco e seis horas por dia vendo televisão. Deixe colocá-lo nesta perspectiva: aquilo que você mais gasta tempo exceto dormindo ou trabalhando, se você tem sorte bastante ainda de ter um trabalho. Que é mais tempo que você gasta comendo, mais tempo que gasta com sua mulher (seu marido) sozinho, mais tempo que fica com seus filhos.

É ainda pior com seus filhos. De acordo com estes mesmos estudos, crianças jovens abaixo da idade escolar vêm mais de oito horas por dia. Crianças em idade escolar vêm um pouco abaixo de oito horas por dia. Em 1980, as pessoas na faixa dos 20 anos tem visto o equivalente 14 meses de televisão no seu breve tempo de vida. "Isto é 14 meses, 24 horas por dia." Mais recentes números mostram que tem piorado: as pessoas na faixa de 20 anos tem gasto perto de dois anos completos de sua vida em frente da televisão.

Ao mesmo tempo, os pesquisadores tem notado um fenômeno perturbador. Parece que os Americanos têm se tornado progressivamente mais estúpidos. Estes, pesquisadores, notaram um declínio nos níveis de atenção e compreensão em todos grupos de idade testados. Americanos leem menos e pouco compreendem do que liam há dez anos atrás, menos que tinham lido em qualquer tempo desde que as pesquisas começaram a estudar tais coisas. Na habilidade de escrever, os Americanos estão, em geral, pouco aptos a escrever mais que umas poucas sentenças. Estão entre os povos menos literatos deste planeta, e estão piorando.

E a mudança, a constante linha de tendência de queda, que interessa aqueles pesquisadores. Mais que um estudo que tem correlacionado o aumento da estupidez de nossa população com a quantidade de tempo de assistir televisão. Interessantemente, os estudos demonstram que não importa o que as pessoas assistem, tanto faz se é "Os Simpsons" ou "McNeil", ou "Murphy Brown" ou programas da Noite, mais televisão que você assiste, menos literato e mais estúpido você fica.

O crescimento do tempo em assistir televisão tem surpreendido os pesquisadores. Na década passada, previram que a assistência da televisão se estabilizaria e poderia realmente declinar. Tem-se pesquisado um ponto de saturação absoluta. Estavam com razão com relação a então chamada rede de TV; gráficos mostram uma firme queda neste ponto de vista. Mas esta queda é compensada pelo crescimento da televisão a cabo, com a profusão de canais, um para cada perversão. Especialmente em áreas urbanas e suburbanas, os Americanos estão conectados em mais de 100 diferentes canais que os proveem com todas as notícias, semelhante a rede de TV CNN, todos os filmes, todas as comédias, todos os esportes, todas as previsões de tempo, todas as notícias financeiras, e uma dose liberal de pornografia explícita.

Os pesquisadores também falharam para prever o alcance no mercado do primeiro "beta" e então gravadores de vídeo VHS; tornando possível ver uma coisa e gravar outra para ver mais tarde. Também ofereceram acesso a filmes não disponíveis nas redes ou canais de cabo, bem como vídeos caseiros, gravados sobre seu próprio ambiente. A proliferação de equipamento de vídeo doméstico tem envolvido famílias em atividades relacionadas ao vídeo, as quais não ainda consideradas nos totais cumulativos dentro do tempo que os Americanos gastam assistindo televisão.

Você não pode realmente realizar nada enquanto esta assistindo televisão. Mas pense por um momento. Quando você vai para casa, liga a televisão, se já não estiver ligada. Lê o jornal com a TV ligada, metade observando o que esta no vídeo, captando um pouco de notícias, ou observando um show. Come com ela ligada, pode ser em background, ouvindo um resultado ou alguma coisa que acontece a uma personagem no show que esta assistindo. Quando alguma coisa que está interessado, um show ou jogo de basquetebol, está ligado, o aparelho torna-se o centro de atenção. Então sua atenção pode variar em intensidade, mas quase não há atenção quando você está em casa, e não tem a TV completamente desligada. Isto não está certo?

Os estudos falharam em não concluir o período de tempo que as pessoas assistem televisão, de acordo com a intensidade de sua visão. Mas o objetivo é ainda garantido: você compulsivamente liga a televisão, e gasta uma boa parte de suas horas de atividade colado ao tubo de imagem. E os estudos também mostraram que muita gente não pode dormir sem a televisão estar ligada!

Lavagem cerebral

Agora, estou certo que ouviu dizer que assistir muita televisão é prejudicial a saúde. Publicam relatos semelhantes no noticiário da tarde. Prejudicial para seus olhos fixos no vídeo, dizem eles. Especialmente prejudicial se você sente muito próximo. Bem, espero mostrar uma outra situação. Temos mostrado que você está viciado no tubo de imagem, assistindo entre seis e oito horas por dia. Mas é um vício que lava seu cérebro.

Há duas espécies de lavagem cerebral. Uma que é chamada de "lavagem cerebral física (hard)" e é o tipo que você está mais familiarizado. Pode tomar uma boa imagem de algum destes velhos filmes da guerra da Coreia. Pegam algum rapaz, um patriota Americano, arrastam para dentro de uma sala, o torturam, o entopem de drogas, e depois de uma luta, forçam a renunciar ao seu país e sua fé. Usualmente sobre vem uma mudança de personalidade, mostrado por sorriso permanente e um olhar fixo no vazio.

Esta lavagem cerebral é chamada "física(hard)" porque seus métodos são evidentes. O controle ambiental é óbvio para a vítima; tal é o terror. A vítima é subjugada por uma conveniente força externa, e é induzida num sentido de intenso isolamento. A moral da vítima é fortemente solapada, e lentamente aceita seus torturadores. E a fortaleza moral do homem que instrui e organiza o poder da razão; sem ela, a mente torna-se pouco mais que uma máquina de gravação esperando os dados.

Ninguém está dizendo que você tem sido vítima de lavagem cerebral física. Mas você tem sido sofrido lavagem cerebral, quase tão efetivamente como aquelas pessoas nos filmes. Olhar fixo no vazio? Você constantemente observa que tem um olhar parecido enquanto assiste televisão. Se o ângulo está correto, pode captar sua própria reflexão no vídeo. Mandíbulas levemente aberta, lábios relaxados com um sorriso. O olhar fixo no vazio, de um zumbi da televisão.

Esta é lavagem cerebral pelos sentidos(soft), certamente mais efetiva porque as vítimas modificam suas vidas, inconscientes daquilo que está sendo feito.

A televisão, com penetração na intimidade de cada lar Americano, produz a base para uma maciça lavagem cerebral dos cidadãos, iguais a você. Opera sobre o princípio da tensão e relaxamento. Gera tensão, em um ambiente controlado, aumentando o nível de stress. Então se mostra uma série de alternativas que proporciona relaxamento da tensão. Enquanto a vítima acredita que as alternativas apresentadas são (somente) as alternativas disponíveis, ainda que estão no primeiro relance inaceitáveis, apesar disso pesquisará essencialmente o relaxamento escolhendo uma daquelas opções inaceitáveis.

Sob estas circunstâncias, na lavagem cerebral, e no ambiente controlado, tal escolha não é uma experiência racional. E não envolverá o uso de poderes de criatividade mental; e sim o homem condicionado, semelhante a um animal, que responderá a tensão, procurando o relaxamento.

A chave para o sucesso desta lavagem cerebral e a regulação tanto da tensão quanto das alternativas distintas. Como ambos são controlados, então o alcance dos resultados é também controlado. A vítima é induzida a caminhar por trilhas aceitáveis pelos seus controladores.

Os "lavadores de cérebros" chamam a tensão de "ocupação do ambiente da turbulência social". As últimas décadas tem sido preenchidas de tais--colapso econômico, guerras regionais, desastres populacionais, ecológicos e catástrofes biológicas. Turbulência social cria crises nas percepções, propiciando ao povo perder sua paciência.

Desorientado e confuso, o povo procura relaxamento da tensão, seguindo caminhos que surgem para guiá-los para a estupidez, menos tensão-vida satisfeita. Não há lugar em tal processo para considerações racionais de problemas complicados.

Televisão é o veículo chave que exibindo tanto a tensão como as opções. Produz para você as imagens da tensão, e fornece respostas simplistas. Televisão, no mundo de semi-realidade, de ilusão, de fuga da realidade, é em si o mais isolado relaxamento da tensão da nossa frustrada existência. Oito horas por dia, todo dia, sem interrupção de sua programação, você está sendo programado.

Se você duvida de mim, pensa acerca de uma escolha importante que tenha feito recentemente que não estava de alguma forma influenciado por alguma coisa que você tenha visto na televisão. Aposto que você não pode pensar em nenhuma. Isto é como você está dominado.

Quem está fazendo isto.

Entretanto não aceite minhas palavras para si. Dez anos atrás falamos com um homem de um conjunto de pensadores chamado o Grupo Futuro em Connecticut. Hal Becker tem gasto de mais 20 anos de sua vida manipulando as mentes de líderes de nossa sociedade. Ouça o que diz ele:

"Eu conheço o segredo de fazer como o Americano médio acredite em qualquer coisa que eu lhe deseje. Apenas me deixe controlar a televisão. Os Americanos estão ligados aos aparelhos de televisões e as imagens do vídeo como realidade. Durante os últimos 30 anos, vão assistir os aparelhos de televisões e as imagens no vídeo como realidade. Coloque qualquer coisa na televisão e se torna realidade. Se o mundo externo do aparelho de televisão contraria a imagem, as pessoas começam mudando o mundo para fazer mais semelhantes as imagens e sons de sua televisão. Por que sua influência é tão grande, tão persuasiva, torna-se parte de suas vidas. Você perde o sentido do que está sendo dado para você, todavia sua mente está sendo dirigida e moldada".

"Sua mente está sendo dirigida e moldada". Se isto não se assemelha a lavagem cerebral, então não sei o que é. Becker fala com arrebatamento de uma rede de "lavadores de cérebros" que estão programando suas vidas, especialmente desde o advento da televisão como "meio de massa" nos últimos anos da década de 40 e posteriores da década de 50. Esta rede contando com várias dezenas de milhares espalhadas pelo mundo inteiro. Ocasionalmente aparecem no noticiário noturno para dizer aquilo que você está pensando, informando como o último levantamento da opinião pública. Entretanto na maioria das vezes, trabalham além da cena, falando para eles mesmo e escrevendo artigos para distribuição interna própria.

E não obstante, trabalhem para muitos grupos diversos, estes "lavadores de cérebros" são unidos por uma visão mundial e metodologia comuns. É a visão mundial de uma pequena elite, que perpetuam o poder político e financeiro em instituições que passam este poder de uma geração para geração. Vêm o povo comum, seus iguais, um pouco melhor que bestas de carga para controlar e manipular por uma oligarquia internacional semi-feudal, cuja a riqueza, poder e descendência os autorizam a dominar.

Uma instituição da oligarquia para manipulação dos povos está localizada num subúrbio de Londres chamado Tavistock. O Instituto Tavistock para relações humanas, que também tem uma filial em Sussex, Inglaterra, e a "mãe" para muitas destas amplas redes, das quais Becker é membro. São especialistas tanto em lavagem cerebral física(hard) como dos sentidos(soft).

O instituto Tavistock é instrumento de guerra psicológica da Casa Real Britânica. Os oligarcas ocultos de Tavistock, e as organizações similares no Estados Unidos e outros lugares, estão determinados que você seria viciado pela televisão, sugando uma dose diária de lavagem cerebral do "tubo"; que é como controlam você.

Semelhante aos seus colegas "lavadores de cérebros", Becker orgulha-se de si mesmo no conhecimento das mentes de suas vítimas. Chama elas de "saps". Homem, disse para um entrevistador, seria chamado "homo o sap" (NT: Trocadilho com a frase latina "homo sapiens" que a antropologia considera como o primeiro homem a possuir raciocínio na cadeia evolutiva com a palavra "sap" que inglês significa tolo).

Os "lavadores de cérebros" programam pela televisão através do poder da sugestão. Assistindo televisão gera um estado de esquecimento semelhante ao drogado para fora da realidade. A mente, suas percepções entorpecidas pela visão contínua, está pronta para aceitar qualquer ilusão da realidade como apresentada pelo "tubo". A mente, no torpor de drogado pela assistência contínua da televisão, é preparada para aceitar aquelas imagens que a televisão "sugere" como realidade que são verdades. Determina então a lutar para criar ajustada, uma realidade contraditória, dentro da imagem da televisão, exatamente como declara Becker.

Outro "lavador de cérebro" de Tavistock, Fred Emery, que estudou televisão por 25 anos, confirma isto. O sinal de televisão, afirmou ele, coloca o observador no estado de esquecimento do semelhante ao drogado. Emery escreve: "A televisão como meio consiste de um sinal visual de 50 meios quadros por segundo. Nossas hipóteses observando atentamente a qualidade natural do próprio meio são as seguintes:

"1) O constante estímulo visual fixa o espectador e induz a repetição do efeito. O préfrontal e as áreas de associação do cortex são efetivamente dominadas pelo sinal do vídeo."

"2) O hemisfério cortical esquerdo--o centro da visão e do processo de cálculos analíticos-- é efetivamente reduzido nas suas funções de acompanhar as mudanças de imagens sobre o vídeo."

"3) Conseqüentemente, desde que, o espectador mantenha-se olhando, é provável que não reflita sobre o que está fazendo e o que está vendo. Isto é, estará atento, mas desatento de sua consciência."

"Em outras palavras, a televisão pode ser até certo ponto como analogia tecnológica do hipnotista."

A chave para realizar o trabalho do "lavador de cérebros" é a "repetição de sugestões" durante período de tempo excessivo. Com as pessoas assistindo o tubo por 6 a 8 horas por dia, há tempo mais do que suficiente para repetições de sugestões.

Alguns exemplos

Permita mostrar um exemplo para fazer as coisas um pouco mais esclarecidas. Pense em cerca de 20(ou 10 se for mais jovem) anos atrás. Pense no que você imaginava relativamente a certos problemas do dia. Pense nestes mesmos problemas hoje; note como você parece mudar "sua" mente acerca deles, para tornar-se mais tolerante de coisas que você antes se opunha decididamente. É assistindo televisão que muda sua mente, ou para usar os termos de Becker, "preparando suas percepções."

Vinte anos passados, a maioria das pessoas pensava na loucura o que é agora chamado de ambientalismo, a idéia de que animais e plantas seriam protegidos sobre uma base igual com a vida humana, era absurdo. Funcionava contra o conceito básico da civilização de que o homem é a espécie mais elevada e distinta dos animais, e que é o homem, em virtude de que foi feito a imagem de Deus, para quem a vida é sagrada. Isto era 20 anos atrás. Mas agora, muita gente, iguais a você, parece pensar diferente; existem mesmo leis que estabelecem isso.

Esta contradição, visão anti-humana do homem, não mais que iguais a animais e plantas, foi inserida em nossas consciências pela sugestão da televisão. Loucura ambiental foi descrita no shows das redes de televisão, nos filmes da televisão, e nas notícias. Iniciou-se lentamente, mas apreendido com energia. Os porta-vozes ambientalistas foram progressivamente vistos no favorável brilho da televisão. Aqueles que se opuseram a esta opinião, foram mostrados numa situação desfavorável. Foi feito num período longo de tempo, com repetição. Se você não estava completamente conquistado, foi feito tolerante com as opiniões dos lunáticos ambientalistas cujas declarações eram insanas moralmente e cientificamente.

Permita-nos mostrar o mais recente exemplo: a luta contra o Iraque. Aquela foi uma guerra feita para televisão. Na realidade, foi uma guerra "organizada" através da televisão. Relembre um ano: Como foram os Americanos preparados para a eventual morticínio de mulheres e crianças do Iraque? Imagens no vídeo: Saddam Hussein, de um lado, Hitler do outro. As imagens repetidas em noticiários, ajudadas por cenas de alegadas atrocidades no Kuwait. Então a guerra em si: o vídeo-game semelhantes a imagens de mísseis "inteligentes" destruindo objetivos Iraqueanos.

Finalmente, o comandante-em-chefe Americano Gen Norman Schwarzkopf, conduzindo uma entrevista final de imprensa que foi intencionalmente orquestrada para assemelhar-se ao treinador ganhador da final de campeonato, descrevendo sua vitória.

Aquelas foram as imagens que dominaram nossa população. Somente agora, meses mais tarde, nós achamos que as imagens nada tinha com a realidade. As "atrocidades" do Iraque no Kuwait e alhures foram exageradas. Nossos mísseis "inteligentes" semelhantes ao famoso sistema anti-míssil Patriot realmente não trabalharam. Oh, é a casualidade dos números: parece que nós matamos mais mulheres e crianças que soldados. Dificilmente uma "vitória gloriosa." Mas enquanto poderia ter feito uma diferença se o povo soube disto enquanto a guerra estava sendo planejada ou em progresso, pesquisas mostram que os Americanos não desejavam saber da guerra ou qualquer histórias "interessantes."

Vendo a questão mais amplamente, onde os filhos adquirem mais os seus valores, se não do que eles veem na televisão? Pais podem contra atacar a influência da caixa infernal, mas não poderiam superá-la. Como poderia, se eles mesmos tem tido os cérebros lavados pela mesma caixa e seus filhos gastam mais tempo com a ela do que com eles? Estudos mostram que maioria da programação da televisão é gerada para menos que o quinto grau do nível de compreensão; pais, semelhantes a vocês, estão eles mesmos sendo refeitos nas imagens infantis do vídeo da televisão. Toda a sociedade torna-se mais infantil, mais facilmente controlável.

Como Emery explica: "Nós estamos propondo que a televisão com um simples, constante e repetitivos estímulos visuais ambíguos, gradualmente fecha completamente o sistema nervoso central do homem."

Becker sustenta uma opinião similar do efeito da televisão sobre a habilidade para pensar: "Americanos realmente não pensam-- eles tem opiniões e emoções. A televisão cria a opinião e então eles confirmam."

Em lugar nenhum, isto é mais óbvio que com os políticos. A televisão diz aos Americanos que pensar acerca dos políticos, restringindo escolhas para que seja aceitável para as oligarquias que tem o poder financeiro, controla as redes e a maioria dos canais de TV a cabo. Comenta com as pessoas o que foi dito e o que é "importante." Cada coisa além disso é filtrada. E anunciado para você quem pode ganhar e quem não pode. E pouca gente tem o ímpeto de olhar além das imagens no vídeo, para pesquisar o conteúdo e a verdade nas idéias e observar uma alta qualidade de liderança.

Tal que num importante assunto como escolher um presidente torna-se como escolher uma caixa de detergente: um conjunto de possibilidades, cujos limites são determinados, pelas imagens no vídeo. Está concedido a aparência de liberdade de escolha, mas que você não tem liberdade e nem escolha verdadeira. Isto é como trabalha os "lavadores de cérebros".

"Estão eles com as mentes programadas pelo tubo," disse Becker ao entrevistador. É realmente mais do que isto. Penso que as pessoas perderam a habilidade para relacionar as imagens de suas próprias vidas sem a intervenção da televisão para dizer o que representa. Isto é o que nós realmente pretendemos quando dizemos que temos uma sociedade amarrada.

Desligue!

Isto aconteceu há dez anos. Tem piorado desde então. Surgindo as consequências, mostraremos para você a visão dos "lavadores de cérebros" de um inferno sobre a terra e como a televisão está sendo usada para alcança-lo; discutiremos a programação da televisão, revelando como tem auxiliado a produzir o que é chamado um "paradigma" deslocado nos valores, criando uma sociedade imoral; explicaremos como notícias são apresentadas e como a apresentação é usada para destruir a língua inglesa; discutiremos os veículos de divertimento de massa, mostrando quem controla e como; queremos também ocuparmos com o hábito da América como espectador de esportes e mostrar como tem auxiliado torna-lo passivo e estúpido; e finalmente, mostraremos onde estamos rumando, se não podemos acabar com nosso hábito para com o tubo.

O candidato presidencial democrata Lyndon LaRouche tem dito que a América necessita um ano de abstinência(cold turkey) da televisão, se desejamos sobreviver como uma nação. Então, depois do que narrei para você o que tem a falar, companheiro? Você deseja permanecer estúpido e deixar seu país ir para o inferno numa cesta? Porque não vá até ao aparelho de TV e o desligue. O que é mais certo, desligue completamente. Vá, você pode fazer isso. Agora não está melhor? Você não está se sentindo um pouco melhor que antes? Você apenas executou o primeiro passo na desprogramação de si mesmo. Não era aquilo desagradável? Até falarmos novamente, tente mantê-la desligada. Agora será um pouco mais difícil.

Desligue sua TV -- Parte II por Lonnie Wolfe

A estrutura de uma Sociedade Fascista

Então, como está passando? Espero que ainda tenha aquele aparelho de televisão desligado. Caso contrário, melhor você levantar e desligá-lo, antes que avancemos: você precisará estar apto a se concentrar naquilo que estou lhe dizendo.

A maioria dos Americanos acham que tem uma boa idéia de que o Fascismo representa. Tem visto imagens em filmes e na televisão, da Alemanha nazista nos anos 30. A marcha das tropas de assalto. Os gigantescos comícios, com todas aquelas bandeiras. Os discursos de Hitler, com os aplausos de aprovação de enormes multidões, que levantavam os braços em saudações de aceno ao seu Fuhrer. Também as imagens de assassinos nazista quebrando janelas, a Gestapo e tropas SS espancando alguém, talvez um judeu. Há outras imagens: as cenas depois que os campos da morte foram abertos pelas tropas aliadas, as pilhas de corpos, os ossos, os cabelos, os gigantescos montes de óculos-- e os fornos.

Uma geração de Americanos foi a guerra derrotar aquele horror; muitos deram suas vidas para que tal desumanidade, nunca retorne para este mundo novamente. Nós Americanos nunca toleraríamos que aconteceu na Alemanha Nazista, diz você; nunca deixaríamos Hitler chegar tão longe, nunca olharíamos para outro lado na indiferença, enquanto milhões de nossos amigos eram massacrados. Não senhor, nós não.

Nós não? Recorde um pouco mais que um ano atrás. Relembre aquelas enormes paradas de tropas e equipamentos celebrando a "gloriosa" vitória de nossas tropas na operação, "Tempestade do Deserto". Existiam milhões de pessoas, através da nação, aplaudindo e levantando os braços e vozes em saudações. Havia 100 milhões mais de pessoas assistindo a celebração por todo o mundo. De fato, se você recordar, estas celebrações, especialmente as gigantescas em Nova York e Washington, foram organizadas pela Televisão, com os noticiários locais e nacionais proporcionando publicidade "antecipada" para "as maiores celebrações patrióticas da História", tal como elas foram chamadas.

E foi o aparelho de televisão que disse para você o que o estava celebrando, ou por que o Gen Norman Schwarzkopf era um grande herói como George Washington ou Ulysses S Grant. Isto tinha sido precedido por uma similar cobertura "patriótica" da própria

guerra, antes, durante e depois das hostilidades. Você nunca questionou de algum modo, se escolheu para participar da celebração, tanto diretamente como indiretamente.

Somente agora você acha que estava comemorando o "massacre" de mais de 100000 civis inocentes--mulheres e crianças, em grande parte, e a mutilação de dezenas de milhares de mais inocentes. Um mês aproximado de hostilidades foi o mais selvagem e intenso massacre de inocentes na história das operações de guerra. E por quem lutamos? Nossa "vitória" colocou um soberano despótico, a família soberana, brutal e fabulosamente rico no seu trono feudal. Isto é que você celebrou.

Não há assassinos nazistas para aterrorizar você para concordar com tudo isto. Você se torna parte de uma mobilização, uma mobilização fascista organizada pela televisão "você e seus amigos cidadãos, já vive e tolera uma sociedade fascista".

Deixe-nos estabelecer nosso ponto por outro caminho: "O advento e a disseminação em massa da tecnologia da televisão, tem tornado o modelo Nazista para uma sociedade fascista obsoleto; tem proporcionado uma melhor, mais sutil, e mais poderoso meio de controle que o terror organizado do estado Nazista".

Para compreender porque isto é assim, devemos observar como estado Nazista, e a sociedade fascista se organizaram.

O conceito fascista do Homem

O estado Nazista foi criado pelos mesmos interesses da oligarquia financeira e política que hoje controla o que nos chamamos de "meios de comunicação de massa" e a televisão. Esqueça quaisquer histórias que você tenha visto na televisão de como Hitler tomou o poder; seu caminho foi aberto pela mesma oligarquia que emprega os "lavadores de cérebros" que programa você através da televisão. Durante um período de anos, seguintes a Primeira Guerra Mundial, a Alemanha foi brutalizada pela política econômica desta elite internacional. O nazismo de Hitler foi fundado e promovido como opção política, e levado ao poder em 1932-33.

Uma vez no poder, os nazistas mantiveram seu controle, através do uso do terror como parte da lavagem cerebral em massa. De muitas maneiras foi correto considerar o período Nazista como uma "experiência" nos métodos de lavagem cerebral em massa, para o controle social. Na raiz desta experiência foi o desejo de criar uma Nova Ordem Mundial baseada na reversão a uma premissa fundamental da civilização Judaico-Cristã: que o homem é criado como a mais alta espécie dos animais, criado na imagem de Deus vivo e pela graça divina, partilhando a centelha divina da razão. Isto é que fez o homem humano--seu poder divinamente concedido da razão. Esta visão do homem, a visão da renascença, sustenta que todos os homens são criados "iguais" aos olhos do Criador. Sociedade, organizada de acordo com tais princípios, deve permitir ao homem procurar a Verdade como seu mais alto objetivo, e de tal modo aperfeiçoar a sua existência e das gerações futuras, de acordo com a Lei Natural.

Tal visão global não pode permitir a existência de uma oligarquia que considera a si própria, por direito de nascimento e poder terreno, como mais igual que outros homens. Tais oligarquias, e criaturas preferem o círculo social dos "lavadores de cérebros", adotando uma visão global contrária: Homem é um animal, uma besta degradada, cujos piores impulsos devem ser reprimidos pelo Estado. Leis são criadas para controlar estes animais humanos e permitir a existência permanente da ordem social. Homens, que por sua vez, fazem um contrato social para permitir que eles mesmos sejam governados por tais leis, as quais são mutáveis, desde que não são governos nem naturais e nem autênticos. Esta é a visão do então chamado iluminismo, e sua forma extrema, o estado fascista.

A questão do conceito do homem--como um criador, humano racional sendo feito a imagem de Deus vivo, ou como uma besta degradada, um animal--define todas outras questões culturais. E a moral-- ou imoral-- pilar de todas sociedades. Para o conjunto de "lavadores de cérebros" trabalhar deve atacar a visão da Renascença do homem, porque nenhuma pessoa com tal auto concepção pode ser "doutinada". Grande número de pessoas devem ser induzidas a abandonar suas crenças que são a herança da civilização Judaico-cristã; para fazer isto, instituições religiosas, tais como as Igrejas cristãs, que defende a santidade da vida humana, devem ser solapadas e finalmente destruídas. Isto explica a fascinação peculiar de todos os "lavadores de cérebros" com a heresia gnóstica, satanismo ou o que denominam de "a variedade de experiências religiosas".

Tais conceitos como santidade e dignidade da vida humana e a perfectibilidade do homem e o princípio do progresso do conhecimento humano, as idéias da Renascença, tem sido transmitidas de geração a geração. Estão profundamente incrustadas na personalidade humana, e são constantes de nossa cultura. Para remove-las, requerem o equivalente de uma terapia psicológica de choque. Quando são removidas, removemos aquilo que faz o homem humano, que o separa da besta: Nós fazemos o homem bestial.

Lavagem cerebral em massa Freudiana

A experiência Nazista tentou realizar isto. Como trabalhou? Bem agora direi alguma coisa que pode chocar a muita gente: O Nazismo Germanico foi uma experiência de psicologia Freudiana das Massas.

Quer dizer que Sigmund Freud, o inventor da psicanálise, foi um Nazista; não foi um praticante. Mas ele compartilhou da crença dos nazistas e seus seguidores, que o homem era primeiro e antes de tudo um animal. Em diversas situações, Freud argumentou que é o primitivo, as características animais do homem que são o centro de sua vida emocional. Sua vida é um conflito entre um animal procurando prazer e gratificação, e uma realidade que diz que não pode ser sempre assim; espírito emerge como uma tentativa individual para balancear entre o prazer e os princípios da realidade.

Freud viu seu trabalho como continuação de Charles Darwin, que "removeu o homem do seu trono no centro do Universo", e o colocou diretamente no reino animal. Darwin nada viu de único no homem, nada que dava o direito para dominar totalmente a Terra, ou simplesmente poder para dominar outras espécies. Tudo isto fez do homem o que ele verdadeiramente era, não era trabalho de um Deus, mas do profano, do conflito e de forças irracionais, alegava Darwin; Freud enfaticamente concordava com o trabalho do "grande Darwin".

Esta crença de que o homem nada mais é do que uma besta degradada, é a imagem do sistema Freudiano. É fundamental para compreensão intelectual de Freud afirmar que se deve rejeitar a perfectibilidade do homem, que não pode haver verdade absoluta: o homem nunca pode superar suas fraquezas. Psicanálise não cura, apenas "esclarece", faz um indivíduo ciente de suas fraquezas e neuroses, para aprender a viver com elas, e portanto enfrentar seus debilitantes efeitos sintomáticos.

Para Freud, o homem está em constante estado de guerra consigo mesmo, com um infantil "id", em guerra com "pequeno eu" ou "ego"; este "eu" é somente ligeiramente menos animal que o animal total, o "id". A Sociedade exerce controle sobre esta degradada besta, este animal, através o "sobre eu", mal traduzido como "superego". O "sobre eu", o qual Freud identifica como consciência moral, manda que o "id" e o "eu" controle a si mesmo na forma de um contrato social com o resto da sociedade.

Freud afirma que o "sobre eu" muitas vezes consegue o que diz respeito as legítimas necessidades do "eu" e do "id". E portanto se torna fonte das neuroses, através da repressão, especialmente das necessidades sexuais do "id" e do "eu". O que Freud chama consciência moral da sociedade é a fonte da dor, não prazer, para o indivíduo.

As fontes da criatividade humana, que distinguem o homem do animal, para Freud torna-se o impulso sexual sublimado do "id" e do "eu": as pessoas mais criativas são praticantes ou homossexuais latentes. Esta teoria absurda que Freud tenta "provar" no seu famoso ensaio sobre Leonardo da Vinci, generalizando mais tarde para dizer que todas as pessoas perseguem o que entendem ser a consciência moral, serão levadas as neuroses. Não há nenhum paraíso além do paraíso terreno, diz Freud, e todos que acreditam no contrário sofrerão uma enganosa fantasia.

O ódio de Freud a todas as religiões, em particular a Igreja Católica Romana, é fundamental para o seu sistema. Religião é a grande ilusão, que sua psicologia deve lutar para remover do homem, desde que a religião diz para o homem que ele é mais que uma besta e que ele vive para objetivos mais altos do que a busca socialmente regulada do prazer.

O homem não é feito a imagem do Deus vivo, diz Freud; homem tem feito Deus na sua imagem, para o objetivo de aliviar a dor de sua existência. Ridicularizando os grandes pensadores do passado, diz que suas defesas das doutrinas religiosas são asneiras infantis.

"Nos mostraremos que foi muito bonito se existiu um Deus que criou o mundo e era uma providência benfeitora, e fez uma ordem moral para o universo e uma vida após a morte; mas é um fato extraordinário que isto é exatamente como nos estamos determinados a desejar que isto ocorra. E foi mais notável ainda se nossos desventurados, ignorantes e oprimidos ancestrais tenham conseguido em resolver este difícil enigma do universo..."

"...ainda você defende a ilusão religiosa com todo seu vigor. Se torná-lo descrente--e muitas vezes a ameaça para isto é bastante grande--então seu mundo entraria em colapso. Nada é deixado para você mas o desaparecimento de tudo, da civilização e do futuro da espécie. Daquele cativo, estou, nós estamos livres. Desde que estamos preparados para renunciar uma boa parte de nossos desejos infantis, nós podemos suportar se um pouco de nossas esperanças voltarem a ser ilusões" (O Futuro de uma ilusão).

O sistema Freud e então uma perfeita ferramenta para os "lavadores de cérebro" desde que negam que a moral está escorando nossa civilização, nos dizendo que são ilusões infantis. Sem aquela moral escorando, o homem não tem amarras e é suscetível a "lavagem cerebral", a "sugestão". Toda psicologia Freudiana é uma forma completa de "lavagem cerebral", porque concordar com suas premissas, devemos concordar que o homem é uma besta que deve repudiar a existência da lei universal e Deus, o Criador.

Psicologia Freudiana, como pregada tanto por Freud e seus seguidores, ou pelos neo-Freudianos semelhantes a Carl Jung, torna-se uma mania na década de 1920. Foi promovida na cultura popular através dos meios de comunicação de massa do seu tempo, jornais e artigos em revistas. A insana moralidade do sistema de "id", "ego", e "superego" tornou-se parte da cultura popular, como sua crença de que a criatividade origina-se do impulso sexual.

Psicologia da massas

Em 1921, antes que o Nazismo tivesse se auto proclamado como fenômeno de massa, Freud publicou um trabalho embrionário do seu sistema, "Psicologia das massas e a análise do Eu". Semelhante aos trabalhos de Fred Emery referido anteriormente, e outros "lavadores de cérebros", este trabalho é ao mesmo tempo uma análise do fenômeno social, e um livro de receitas como, através da psicologia de massa, produzir tal como um fenômeno-- no caso um movimento fascista de massa.

Freud usa como ponto de partida o trabalho do psicologista Frances Gustav LeBon, seu infame "A Psicologia da multidão". A principal tese de LeBon, e que uma parte da massa ou multidão, regressa o homem para um estado mental primitivo. Uma pessoa que pode ser de outro modo altamente culta e moral é capaz de agindo semelhante a um bárbaro, está propenso a agir de uma forma violenta e inumana, e perde suas faculdades críticas na extensa massa de gente.

As pessoas na multidão perde suas inibições e padrões morais, e tornam-se altamente emotivas, diz LeBon. Este emocionalismo, esta irracionalidade, presta-se ao poder da sugestão, através do qual o comportamento de um indivíduo pode ser determinado pelas suas percepções e as ações de outros ao redor dele.

Le Bon descreve isto como um retorno do homem a natureza primitiva. Igualmente para Freud, o fundamento de seu ponto de vista e a afirmação de que o homem é meramente um animal superior, que as características animais são controladas pelas normas sociais e estrutura da sociedade. Coloque este animal no meio dos animais semelhantes, e a identidade humana é esmagada: Cessa de pensar como humano e o torna preso no animal instintivo com semelhante energia. O Homem, diz LeBon, retorna para suas raízes animais.

Mas enquanto torna-se cada vez mais primitivo, mais semelhante ao animal e infantil, homem massa, o homem na multidão, também tem aumentado o sentido de poder, enquanto sua responsabilidade individual para ação, fator chave no julgamento moral, diminui.

Soa familiar? LeBon descreve o comportamento de todas as massas de gente organizadas em volta de atividades emotivas e infantis, tais como multidões assistindo eventos esportivos, grandes concertos de rock, demonstrações de massas. E a psicologia da turba irracional. Os mestres de pessoas semelhantes a LeBon, o pessoal que controla os "lavadores de cérebros" que programa televisão, tem conhecimentos seculares de que as massas em turba são facilmente manipuladas. Dos dias da antiga Roma, as turbas da Revolução Francesa e do Terror, os oligarcas tem usados agentes provocadores e dinheiro para ter tais multidões as suas ordens.

LeBon diz que os indivíduos na massa parecem comportar-se como no estado de hipnose. Mas é onde suas observações param. Freud segue um passo adiante: As massas mais efetivamente controladas são aquelas que são guiadas, por um líder. E este líder que coloca a massa sob uma eficiente magia hipnótica.

Massa de pessoas, diz Freud, podem ser deliberadamente induzida a abandonar sua consciência moral--os valores que escoram todo o julgamento moral. Profundamente o inconsciente do homem, é de natureza animal. Estes impulsos são contidos pela consciência, a qual está por sua vez moldada pela sociedade. Freud chama isto o "Eu ideal"(o ego ideal), que mais tarde desenvolve dentro do conceito do "sobre eu" (o superego). A massa cria pre-condições para silenciar a voz da consciência individual; aquela voz silenciada, tudo que viola os padrões da consciência, todo o diabo no homem, pode aparecer, sem restrição.

Freud está errado quando diz que o homem e antes de tudo um animal e que tudo que a sociedade faz é reprimir seu comportamento instintivamente animal. Assentou a base para uma psicologia perversa e regressiva, que pode fazer o homem mais animal -- e então mais facilmente manipulado por uma pequena elite governante de oligarcas.

"No meu mais profundo íntimo, estou realmente convencido, que os meus caros seres humanos --com poucas exceções-- são ralé" escreveu Freud para um colega em 1929.

Se você rejeita, como Freud faz, que a verdadeira identidade do homem não está ligada a sua própria morte individual, mas nos atos morais deste indivíduo, através de seus poderes da razão criativa, que vive além de sua vida na Terra, então você toma posse da alma do homem; então o homem é reduzido para parecer animal, e que seja controlado pelas ações poderosas e repressivas de um estado controlado por uma oligarquia.

"É certamente impossível fazer sem controle da massa por uma minoria, como é dispensar a coerção no trabalho da civilização", Freud escreve em seu ataque de 1927 que investe sobre a religião, "O futuro de uma ilusão". "As massas são loucas e sem inteligência".

Freud, antes de Hitler e seus patrocinadores publicarem "Mein Kampf", descrito no conceito do "Princípio do Führer", principal líder em volta do qual o estado Nazista foi organizado. Na sua Psicologia da Massa, Freud diz que qualquer massa, seja uma nação, ou um grupo criado aleatoriamente, deve ter um líder, alguém que dá seu "Eu ideal" e os valores. O líder converte o comum do membro individual "Eu ideal" e toma conta de suas faculdade críticas, exatamente como indivíduos subjugados pelo hipnotismo com auto determinação do líder para hipnotizar. E o líder, diz Freud, que proporciona o elo geral para a massa de gente; a fixação usual no líder permite cada membro identificar com outro, dando forma e direção para a massa.

Freud diz que o líder mantém uma união com os seus seguidores através do que ele chama "a intenção da libido inibida" --- a atração sexual que é reprimida ou dessexualizada. Para esta função, entretanto, o líder deve permanecer distante, com nenhuma união emocional com ninguém, para criar sempre uma semelhança divina ou qualidade mística. O líder deve aparecer acima da massa, ainda parte dela; "ele não ama alguém mas a si próprio ou outras pessoas enquanto elas podem servir as suas necessidades", escreve Freud. Por outro lado, o líder "ama todo mundo".

O homem é mais semelhante ao animal quando é jovem. A mente infantil, enquanto ainda diferente do animal na suas capacidades criativas, pensa mais instintivamente, é mais reativa, e é mais propensa a sugestão. O "Führer" de Freud torna-se um veículo para transformar as massas mais infantis; são então mais facilmente controladas e manipuladas. Eles estão se submetem sem defesas contra os "lavadores de cérebros" da massa.

Pense acerca do que descrevemos sobre o líder. Agora pense sobre o que você conhece relativo ao estado Nazista e seu Führer. Igualmente sobre as imagens cinematográficas que revelam como Hitler organizou seus seguidores e a massa de alemães, quase exatamente como Freud descreveu, com os resultados que Freud "previu".

O Führer foi um Freudiano? É sabido que Hitler leu LeBon; não pode ser determinado que ele leu Freud, especialmente Psicologia das Massas. Mas é claro que quem colocou Hitler no poder e quem dirigiu seu movimento leu Freud, como fez a maioria da elite dirigente daqueles dias: Foram eles quem promoveram a mania Freudiana e sua propagação através o mundo.

Desligue sua TV - parte III por L Wolfe

A Estrutura de uma Sociedade Fascista Alguns neo-Freudianos tornaram-se abertamente partidários do Nazismo. De todos, o mais importante foi o psicologista Suíço Carl Jung, que rompeu com Freud por causa da recusa do último para ver valor no misticismo gnóstico e o que chamou a fixação de Freud no impulso sexual, a libido, como raiz de todas as neuroses. Essencialmente, Jung chegou a ver em Hitler e no estado Hitleriano a prova de suas teorias.

E, mais, Jung viu em Hitler a apoteose da procura de Jung numa espécie de comunhão "pagã" com o além, a pesquisa que começou em 1915, com enorme esgotamento nervoso de Jung.

Há uma forte conexão entre as teorias psicanalíticas de Jung, que forma a base conceitual da "Nova Idade" a ideologia de hoje, e seu Nazismo--ou, mais precisamente, sua fascinação por Hitler. Para Jung que estava obcecado pela noção de que a realidade mais profunda, a verdade maior, estava enterrada no inconsciente, o misticismo, os aspectos psicóticos da mente do homem, tão oposto a visão exterior, racional, científica (Judaico-Cristã) do mundo. Que foi a base por décadas de Jung--ao longo da peregrinação através de si mesmo, começando com seu colapso nervoso, para encontrar as estranhas e as mais distantes "verdades".

E qual foi a base para sua atitude diante de Hitler: Hitler era o protótipo do homem Jungiano, que capitulou sua razão para o inconsciente, que acolheu com prazer a loucura divina como o próprio Jung declarou.

Então, em 1934, Jung escreveu o "Formidável fenômeno do Nacional Socialismo", para o qual o mundo observava "com olhos arregalados de assombro". Hitler, escreveu, tem "literalmente toda a Alemanha aos seus pés". Ele viu isto como o renascimento do antigo Deus Germanico Wotan, celebrando sua ressurreição numa idade quando "Deus Cristão tem demonstrado muita fraqueza para salvar a Cristandade do morticínio fratricida".

"Como um autônomo arquétipo Wotan produz efeitos na vida coletiva do povo e de tal modo revela sua própria natureza", Jung falou com entusiasmo tentando explicar o "fenômeno formidável" do Hitlerismo. Este Deus do vento e da chuva transformou a Alemanha, este vento que "semeou onde o arado passou, e tu ouviste o som daquilo, mas não pode dizer quando vinha e nem para onde ia... Apoderando-se de tudo em seu caminhar e destruindo tudo que não está firmemente enraizado. Quando o vento assopra, treme cada coisa por fora e por dentro."

Anteriormente, num ensaio escrito em 1932(mas somente impresso em 1934), Jung exaltou a "personalidade do líder(Fuhrer)" em comparação as "massas preguiçosas, sempre em segundo plano, que não podem realizar o menor movimento na falta de um demagogo". Quando imprimiu o ensaio em 1934, declarou numa nota ao pé da página: "Desde que está frase foi escrita pela primeira vez, a Alemanha, também, encontrou seu líder (Fuehrer)".

Em 1933, cerca de três meses após Hitler tomar o poder, Jung, de nacionalidade Suíça, tornou-se um oficial menor do estado Nazista. Brevemente depois que Hitler foi nomeado Chanceler da Alemanha, Ernst Kretschmer foi designado como presidente da Sociedade Geral Alemã para Psicoterapia. Seu sucessor era Jung, e o segundo de Jung no comando da sociedade era Dr M H Goering, primo de Hermann Goering.

Jung foi simplesmente tomando o posto(como declarou mais tarde) a fim de salvar a delicada "planta" da psicoterapia da completa extinção pelos Nazistas? Dificilmente. Seu primeiro editorial no "Zentralblatt", o jornal da sociedade, declarou: "No interesse da ciência, não podemos ignorar por mais tempo as diferenças palpáveis, de conhecimento profundo de pessoas esclarecidas, como entre os psicologistas Alemães e Judeus. Psicologia, mais que qualquer outra ciência, contém um fator pessoal, cuja ignorância falsifica os resultados da teoria e da prática".

No ano seguinte, em 1934 no "Zentralblatt", publicou uma denúncia programática do Semitismo "subversivo". Para os Arianos inconscientes(a coletiva, ou racial, inconsciência do povo Germanico, como ele exprimiu), Jung atribuiu "a energia potencial e criativa produz um futuro que ainda espera a satisfação, do ainda vigoroso povo Alemão".

Tudo isto foi escrito no dois primeiros anos do regime Nazista. Talvez Jung não tivesse ainda compreendido a natureza da besta, e do regime que ele servia?

Não é verdade. Em 1938, 5 anos completos após ascensão de Hitler ao poder, Jung era capaz de escrever com entusiasmo impetuoso de Hitler como um "visionário", um fenômeno histórico pertencendo ao tipo do "verdadeiro xamã inspirado ou feiticeiro", o portavoz da alma Alemã, cujo poder foi mágico em vez de político", um "receptáculo espiritual".

Na sua entrevista com o jornalista Americano H.R. Knickerbocker em Outubro de 1938, um mês depois de Hitler ter extorquido do Ocidente o Pacto de Munique, Jung disse que "Hitler pertence a categoria dos verdadeiros místicos feiticeiros... A característica saliente de sua fisionomia e o olhar sonhador. Eu fiquei especialmente impressionado quando eu vi as fotografias tiradas dele na crise da Tchecoslováquia; estava nos seus olhos a visão de um profeta... Ele é o portavoz que amplia os inaudíveis murmúrios da alma Alemã até que possa ser ouvida pela consciência Alemã. Ele é o primeiro homem a dizer o que cada Alemão tem pensado e sentido no seu inconsciente, acerca do ódio Alemão, especialmente desde a derrota na Guerra Mundial, e uma característica que marca cada alma Alemã é tipicamente o complexo de inferioridade Alemão, o complexo do irmão mais novo, de alguém que está sempre um pouco atrasado para o banquete. O poder de Hitler não é político, é mágico.

O segredo de Hitler era que se deixava ser conduzido pelo próprio inconsciente, disse Jung. Era provavelmente um homem que ouvia atentamente sugestões de uma misteriosa voz e agia de acordo com ela. "Em nosso caso, ainda que ocasionalmente nosso inconsciente nos alcança através os sonhos, nós temos muita racionalidade, mais cérebro, para obedecer-- mas Hitler ouvia e obedecia. O verdadeiro líder está sempre conduzindo." Isto, naturalmente, é como Hitler auto se explicava, a observação muitas vezes citada, "Eu sigo o que a Providência dita com a fé de um sonâmbulo".

Jung previu para Knickerbocker que a Inglaterra e a Franca não honrariam suas garantias de Munique para os Tchecos, desde que nenhuma nação mantém sua palavra. Então porque, perguntou Knickerbocker, espera que Hitler mantenha a sua palavra? Hitler era diferente, Jung insistiu. "Porque Hitler é a nação". Isto era exatamente o que o Deputado Nazista Rudolf Hess usou para berrar no Julgamento dos Nazistas de Nuremberg.

E ainda, depois da guerra começar, Jung permaneceu um entusiasta. Quando a França se rendeu a Alemanha em Junho de 1940--a data, o solstício de verão, não passou despercebido por Jung e outros místicos Nazistas--Jung gritou em extase, "E a alvorada da Idade de Aquário!"

Mesmo mais tarde na guerra, quando Jung compreendeu que seu futuro exigiu que ele se separasse do particular espírito mágico de Hitler, Jung estava ainda certo que Hitler representava a Alemanha no mais profundamente possível, místico e numa conduta mística. Em resposta as perguntas dos agentes Americanos se Hitler seria derrubado internamente pela Alemanha, Jung sacudiu sua cabeça impacientemente. Nunca Hitler seria derrubado por outros Alemães; ele era Alemão. Era o inconsciente coletivo (racial) do povo Alemão.

Meio de comunicação de massa

Os Nazistas e seus partidários organizados, somente representavam uma minoria da população Alemã, até mesmo quando no poder. Que o resto do povo, a quem nossos documentários chamavam de "bons Alemães", concordaram para o Estado de Hitler? O que fizeram eles para enfrentar?

Isto era acompanhado através da terrorização em massa, tanto do uso real do terror das tropas de assalto como a ameaça implícita de usá-las. E possível que os mesmos poderes os quais colocaram Hitler no poder, o teriam feito, por um "putsch", sem a vitória numa eleição popular. Eu digo que eles não escolheram seguir aquele caminho, por causa das considerações psicológicas necessárias para o Estado de Hitler aproveitar o apoio exigido mas a escolha inicial dos Nazistas dava a impressão de ser livre. Esta elevada ansiedade dos "Bons alemães", que aparentavam possuir nasceu o terrível estado de acontecimentos sobre eles mesmos. Como muitos Freudianos e neo-Freudianos que analisaram o experimento Nazista comentaram, isto guiava a maioria dos Alemães a duvidar de seu julgamento, fazendo mais suscetível a lavagem cerebral.

A estrutura do Partido Nazista e o Fuhrer suprimiram o estado de veículos organizados para lavagem cerebral em massa. Mas o principal veículo foram os meios de "massa mídia". De fato, os Nazista mais ou menos inventaram os meios de "massa mídia" -- os meios para universal ou quase universal disseminação da "informação" simultaneamente, neste caso controlada através o estado.

Eram três instituições básicas de massa mídia:

O "meio impresso" o qual registrava o controle coordenado da informação disseminada através da imprensa; todas as informações eram criadas e passadas através do Ministério da Informação, sob controle de Josef Goebbels. A cobertura era orquestrada para não parecerem idênticas, com vários jornais dando aspectos particulares de uma história. Mas o ponto é que todas as notícias eram gerenciadas do topo, incluindo ainda a cobertura estrangeira dos eventos Alemães. Quase todo Alemão seria alcançado desta forma com a desejada mensagem.

O "filme" tornou-se um meio universal de massa, com cinemas estabelecidos em cada cidade, com apresentação de filmes que traziam imagens de "lavagens cerebrais" da cultura Nazista. Tais filmes eram muitas vezes cuidadosamente confeccionados para ter grandes efeitos psicológicos, como os épicos de Leni Riefenstahl tal como "Triunfo da Vontade" sendo o mais notório. Estes filmes e jornais cinematográficos cuidadosamente produzidos, permitiam as platéias se tornarem os participantes da experiência em massa de comícios e outros eventos. Forneciam um vínculo, como temos descrito, entre o líder e a massa e o indivíduo na massa e seu vizinho em outras partes da Alemanha. Realizavam uma experiência universal de lavagem cerebral em massa, e eram conscienciosamente produzidos para criar tal efeito desejado. A sonorização nos cinemas habitualmente estava ligada nas canções e saudações nazistas, como instigação das imagens na tela. Além do mais, os filmes mostravam os "subterfúgios" e as imagens dos inimigos contra os quais os Nazistas estavam para empregar sua população. Como mais de um "lavador de cérebro" comentou, os Alemães foram os primeiros subjugados pelo uso aberto do filme de propaganda e a experiência foi um enorme "sucesso".

Mas o mais universal do "massa mídia" foi o rádio. Tão logo tomaram o poder, os Nazistas ordenaram a produção e disseminação em massa de receptores de rádio a preços reduzidos. Pelo final de seu primeiro ano no poder, quase todo Alemão tinha um em casa; além disso, alto-falantes, conectados a rádio receptores e amplificadores, foram instalados em praças e outras localidades através da Alemanha.

Pela primeira vez na história aconteceu que num evento seriam ouvidos quase todas as pessoas num simples país. Esta audiência em massa que prenunciou nossa experiência da televisão. O conceito oculto era o mesmo como foi descrito no debatido "Psicologia das Massas" de Freud: indivíduos participando no fenômeno de massa, são suscetíveis para sugestões, perdendo sua consciência moral-- tornam-se completamente subjugado pela massa.

Chegando através do rádio, em milhões de lares e milhares de praças está a voz de um homem, o Fuhrer. Este fato -- que todos ou quase todos Alemães estavam ouvindo sua voz ao mesmo tempo-- dar um poder intensificado para a mensagem; cria um ar de "todo poderoso". Muitos comentaristas têm observado acêrca da hipnótica qualidade da voz de Hitler, como se assemelhava a mesmerizar sua audiência, quer ao vivo ou no rádio ou visto em filmes. Os neo-Freudianos observariam que não somente a qualidade da voz, mas o sentimento da parte do ouvinte de está fazendo parte de uma experiência de massa, que contribui para este efeito.

Orquestração cuidadosa

Os discursos de Hitler foram alguns do primeiros eventos de "massa mídia" na história. Eles foram cuidadosamente preparados e orquestrados como eventos da televisão moderna; são comparáveis a uma qualidade de preparação e desenvolvimento, como oferecido a um extraordinario espetáculo tal como uma final de campeonato. De fato, pode-se ver que as pessoas que preparavam tais eventos de "massa mídia" aprenderam suas lições dos nazistas, como mais tarde explicaremos.

Os discursos foram precedidos por propaganda difundida nos meios impressos e rádio, com uma desenvolvida antecipação e excitação. Então quando o momento do discurso se aproximava, os anunciantes descreviam o frenesi e excitação da multidão. A entrada de Hitler no salão era cuidadosamente descrita, também para desenvolver tensão e excitação. Quando o discurso começava, Hitler usualmente falava baixo e em tom suave, facilitando para assistência a sua mensagem. Suas frases eram simples e usualmente curtas. Palavras eram cuidadosamente escolhidas, de modo a não ir além do mais simples dos ouvintes. Seu tom e excitação na voz aumentava tão logo o discurso progredia, eventualmente gritava sua mensagem para a assistência.

Terminava com a multidão urrando sua aprovação, tudo isto era transmitido sem comentário. Tão logo o Fuehrer deixava o salão, o comentarista descreveria cuidadosamente a cena, com ênfase no que a multidão fazia.

Mas não aparecia naturalidade para Hitler. Ele cuidadosamente ensaiava cada coisa, descendo ao mais mínimo gesto e movimento dos olhos, usando fotografias para modificar seu estilo para o máximo efeito. Parecendo uma estrela de televisão, revisava detalhes das etapas de sua entrada, a locação do podium, a luz, etc com seus "gerentes de cenas" tal como Goebbels.

Quando os "lavadores de cérebros" falavam com Alemães depois da guerra, como parte do esforço para "psicanalisar" a experiência Nazista, eles encontraram poucas lembranças de qualquer conteúdo específico nos discursos de Hitler. Quase todos lembrariam como sendo parte da experiência, se estava na assistência, e a maioria se lembrava do "excitamento" ouvindo-o pelo rádio. As palavras "hipnótico" e "mesmerização" foram as mais usadas para descrever a voz do Fuehrer. Ainda que algumas pessoas que aparentavam ter discordado com o Nazismo com relutância declaravam que Hitler era um "orador encantador".

Os "lavadores de cérebros" concluíram que todos estes eventos de "massa média" atingiram pessoas que suspenderam sua crença na realidade, eles tinham de fato sido enfeitiçados para aceitarem sem crítica coisas que foram ditas, os quais poderiam ter rejeitados, se tivessem ouvido em outro contexto.

Ironicamente, os Nazistas estavam trabalhando sobre o próximo nível de "mídia de massa" -- televisão -- quando a guerra estourou. Teve a guerra e a necessidade de sua produção não foi exigida, e completamente certo que não mais no meado década de 40 todo Alemão teria tido um aparelho de televisão.

A "mídia de massa" imposta por Hitler sobre a população continuou até o fim da guerra; outros líderes Nazistas, Goebbels em particular, disseram ter um efeito semelhante. Mas nada sufocaria a realidade como o Fuehrer, ou, melhor, que os eventos de "mídia de massa" do Fuehrer. Somente quando o estado Nazista se desfez na derrota militar e no caos, então o processo foi quebrado.

Uma Sociedade conduzida por dementes

Este é um retrato de uma sociedade, conduzida deliberadamente por dementes. De tudo o mais cruel que isto foi feito contra um grande povo, escolhidos como vítimas por que eram grandes e portadores das tradições da Renascença através de gigantes como Bach, Mozart, Beethoven, Schiller, List, von Humbolt. Uma ciência diabólica, psicologia social Freudiana, foi empregada contra eles, por uma oligarquia doentia.

Durante a guerra, Bruno Bettelheim, um neo-Freudiano, publicou uma análise psicológica do período Nazista a mando da rede de "lavadores de cérebros" associados com o Instituto Tavistock. Ele mesmo interno de um campo de concentração de 1938-39, Bettelheim descreve como sob extrema dúvida e terror, o indivíduo regressa progressivamente para estado mais infantil. Nesta condição, os internos dos campos começam a espelhar as personalidades e maneirismos dos seus opressores, os guardas SS. Numa ampla versão difundida do seu trabalho, "O coração educado", ele aponta que a vida fora dos campos de concentração espelhava a desintegração psicológica do que ocorria dentro dos campos: Todos os cidadãos alemães foram se tornando mais infantis, menos aptos para atuar como adultos racionais.

"Enquanto a boa criança pode ser vista e não ouvida", escreve Bettelheim, "o bom Alemão tem de ser invisível e também mudo.... É uma coisa comportar-se semelhante a uma criança porque é uma criança: dependente, falhando na percepção e compreensão, colocado sob a proteção do maior, mais velho, e adultos sensatos, forçados por eles a se comportarem, mas ocasionalmente capaz de resistir a eles e escapar impune. Mais importante de tudo, a sensação exata que no devido tempo, alcançaria o mundo adulto, tudo isto seria corrigido. E realmente outra coisa ser um adulto e ter se coagido a assumir o comportamento infantil, e por todo tempo tornar-se.....".

"Não era apenas coerção por outros na dependência impotente", continua Bettelheim. Era também a limpeza total da personalidade. A ansiedade do homem, seu desejo de proteger a vida, forçava ele abandonar o que era essencialmente sua melhor chance de sobrevivência: sua habilidade de reagir e realizar decisões apropriadas. Mas desistindo disto, não era por muito tempo um

homem, mas uma criança. Sabendo que para sobreviver, decidiria e agiria, e tentando sobreviver não reagindo --esta associação esmagava o indivíduo a tal grau, que era despojado de todo auto respeito e todo sentimento de independência".

Desta forma o experimento em vários níveis da lavagem cerebral Freudiana em massa causou o infortúnio sobre o povo Alemão. No final, os Nazistas, um grupo de psicóticos gnósticos, saíram previsivelmente do controle e a experiência teve de ser destruída; no interim a turba de Freudianos desencadeada pelo processo destruiu muito da Europa. E quando estava tudo acabado, aqueles que tinham imposto este horror ao mundo, tentaram através da mídia de massa culpar suas vítimas pelos crimes cometidos. Os Alemães, a quem a oligarquia através de suas ferramentas Nazistas, tinham torturado em massa com a lavagem cerebral, disseram que eles(Alemães) eram coletivamente culpados por tudo aquilo que tinha acontecido. A oligarquia tentou a manipulação dos nazistas psicóticos, e fazendo colocar o conjunto da nação Alemã, um dos grandes povos sobre a terra, erradamente no banco dos reus de Nuremberg. E enquanto eles entoavam que aquilo "nunca deveria acontecer novamente", eles e seus lavadores de cérebros estavam já estudando onde o experimento tinha dado errado. Preparavam para fazer pior, usando uma nova ferramenta -- televisão-- como seu mais avançado mecanismo de lavagem cerebral em massa como nova forma do estado fascista sem a super estrutura Nazista.

Isto é tudo por ora. Nós travaremos conhecimento com está ameaça de um estado fascista sem a super estrutura Nazista no texto da próxima parte desta série, e mostraremos para você a espécie de sociedade que os seus lavadores de cérebros planejam para você. Mas por um momento, desejo que você relembre as duas imagens com as quais partimos nesta seção: O Estado Nazista, e em particular, os comícios Nazistas, com multidões exaltadas, saudando seu Fuehrer, e os milhões ouvindo, colados aos seus rádios. Agora reflita sob o que temos dito para você acêrca disto, como foram na verdade eventos de massa mídia cuidadosamente estabelecidos e gerenciados.

Pense acêrca do comício monstro "Tempestade no Deserto", e a semelhança entre os dois eventos: em suas raízes ambos são organizados, como eventos de lavagem cerebral de massa mídia.

Dar-se conta que você tem sido manipulado? Você não faz idéia como, faz? Isto é como por bem mais de 40 anos que tem ocorrido a lavagem cerebral da população Americana.

Estou em débito para com Molly Hammett Kronberg pela seção sobre a psicologia Jungiana e Hitler, e pela discussão total do movimento Nazista.

**** Desligue sua TV -- Parte IV por Lonnie Wolfe**

A Sociedade da laranja mecânica.

Estou retornando novamente. Não o atingi ainda com a pergunta se você desta vez está com aparelho de TV desligado. Agora, espero, que você deu-se conta que é impossível pensar acerca de qualquer coisa importante se a TV está ligada. Mas no caso de alguém tenha ligado o aparelho, darei a você uma chance tanto de desligá-lo ou ir para outra sala antes de nós iniciarmos.

As pessoas que colocaram os Nazistas no poder nunca desistiram das idéias da lavagem cerebral em massa como meio de manter o poder da elite oligárquica. Eles somente com relutancia reconheceram que o modelo Nazista de controle social, com suas exigências de total arregimentação, não poderia ter aplicação universal. A questão conflitante dos "lavadores de cérebros" em lugares como Instituto Tavistock na periferia de Londres, era como criar um Estado Nazista nos Estados Unidos sem o aparato do estado de terror, agora inaceitável socialmente.

Os Americanos retornaram aos lares depois de lutarem numa guerra na qual tinham derrotado a calamidade monstruosa com grande sacrificio humano. Aqueles envolvidos no esforço de guerra estavam assim concentrados no maior objetivo da vida, a espécie de perspectiva moral que guia um indivíduo a estar disposto ao sacrificio de sua vida, se necessário, para fazer o mundo um lugar melhor para viver, para alguém que possa vir depois dele, enquanto dando renovado sentido as realizações das gerações passadas. O esforço de guerra levou a explosão do otimismo cultural na população, que fez parecer que nos poderíamos fazer grandes coisas para toda humanidade.

Agora, olhando a volta desta nossa miserável nação; é difícil acreditar que é o mesmo lugar de 40 ou 50 anos atrás. Para maioria das pessoas, há pouca ou nenhum objetivo para a vida, exceto sobreviver no próximo dia. Nosso povo tem um intenso pessimismo cultural, e estão cínicos acêrca de quase tudo.

Agora, raciocine rigorosamente: sobre os últimos 40 anos, enquanto nossa perspectiva moral se rompeu, o que tornou-se uma constante, parte sempre de nossa vida. Esta é a razão, televisão, aquela caixa na sua sala de estar. Esta afirmação é o requisito indispensável para compreender o que estou dizendo para você.

O novo "Líder"

O doentio Sigmund Freud, no seu trabalho "Psicologia das Massas e análise do Eu", disse que inibição moral e perspectiva do indivíduo pode ser destruída quando da massa ou multidão. De acordo com Freud, pessoas na multidão ou massa tornam-se como se estivessem hipnotizadas: A pessoa torna-se mais infantil, e portanto mais parecida com um animal sob tais circunstâncias, e perde o poder para raciocinar criticamente. Usando o poder de sugestão em massa, uma nova perspectiva, baseada sob diferentes ideais pode então substituir valores que uma pessoa tenha previamente sustentado.

Freud disse que cada massa tem um líder, que cumpre a função de hipnotizador. E para o líder que os indivíduos na multidão renunciam seus ideais, e é do líder que recebem os novos valores. E pela vontade e pela palavra do líder, que a massa ou turba pode ser empregada.

Freud asseverou que a princípio o líder trabalhava como um instrumento de lavagem cerebral por causa de alguma necessidade inata do homem ser guiado; isto simplesmente denunciava sua própria perspectiva oligárquica. Acreditava que o homem era um animal com 2 pernas, aquele animalismo básico poderia ser induzido para surgir a frente nas situações de massa.

Freud está errado: o homem não é um animal; entretanto, ele pode, sob condições de psicose da massa, através das técnicas de lavagem cerebral da forma descrita, ser preparado para agir como se ele fora um animal. A chave para lavagem cerebral em massa é criar a espécie de ambientes controlados e organizados nos quais a tensão e stress possa ser aplicado para derrubar moralmente o julgamento educado, de tal modo fazendo um indivíduo mais sensível a sugestão. Tais ambientes controlados são organizados tais como apelar para emocionalismo torpe, sensualidade, e o erotismo constante -- "emoções" que transforma o homem "só animal" -- e não para as superiores capacidades racionais do homem o que verdadeiramente o diferencia da besta. E este fato, e não meramente o tamanho de um acontecimento, que faz a lavagem cerebral possível.

Para os "lavadores cerebrais", o que era exigido para um novo sistema de controle social da massa era uma forma de organizar uma atração em massa para o emocionalismo; a mais irresistível e totalmente abrangente esta atração, melhor. Quanto mais infantil a população poder ser transformada, menor a sua resistência para sugestão e manipulação.

Na televisão, eles encontraram a ferramenta para fazer este constante apêlo ao infantilismo, organizado como alicerce da massa. Tem o potencial para penetrar todos os lares, para alcançar cada indivíduo com um conjunto de mensagens e sugestões. Também tem a capacidade de através o controle e disseminação da informação, criar grandes ambientes controlados produzindo suas percepções dos eventos. Televisão é o novo "líder", o equivalente tecnológico de Hitler.

Escrevendo em 1972 com Eric Trist, primeiramente da Escola Wharton e agora da Universidade de Toronto e dirigindo "lavanderia de cérebros" Tavistock nos Estados Unidos, Fred Emery disse:

"Nós estamos sugerindo que a televisão invoca uma suposição básica de dependência. Deve invocar isto porque é essencialmente atividade emocional e irracional.... Televisão é o líder contínuo que oferece alimentação e proteção".

Emery e Trist relatam que a população nunca foi revelado isto sobre a televisão e escrevendo para um manual de membro dos "lavadores de cérebros" eles estão presentemente quase para deixar está existência secreta: "...o questionamento e confrontação da televisão tem sido colocado de lado de acordo com as regras para manter seu papel como "líder" de modo dependente".

Eles observam que toda televisão tem um efeito dissociativo sobre a capacidade mental, fazendo as pessoas menos capazes para pensar racionalmente. Voltando aos estudos da experiência de Hitler, descobriram que isto confirma a tese de que "o líder seria 'louco' ou um 'gênio', ainda que as mesmas pessoas serem compelidas a acreditar que ele é um líder digno de confiança".

Emery e Trist, depois observar por 20 anos da lavagem cerebral da televisão, comentou: "Em outras palavras, a televisão pode ser parcialmente vista como um analista tecnológico do hipnotizador". Quanto mais você assiste, mais suscetível se torna a sugestões de seu líder, a televisão. "... Desvia você para fora da realidade e do tempo", escreve Emery e Trist, comentando que a compreensão das conexões do tempo e da realidade são exigidas para um indivíduo raciocinar, e comportar-se coerentemente.

Observando os efeitos da assistência habitual da televisão, Emery e Trist cita estudos provando que causam danos neurológicos: "Nossa tese é que a televisão causam um hábito que pela qualidade e quantidade se assemelham a destruição das estruturas anatómicas críticas".

Relatam, entretanto, que o dano não é irreversível. Os problemas neurológicos podem ser eliminados dentro poucos dias parando de seis a oito horas de assistência diária. Os efeitos sobre a capacidade da razão e das estruturas de valores morais são mais difíceis de "eliminar".

"O homem pode (portanto) ser desviado do comportamento coerente de tal forma que é incapaz de se tornar consciente de seu prejuízo".

Turbulência social

Agora, nós estamos prontos para observar o que os "lavadores de cérebro" e os oligarcas que os tem empregados, tem reservado para você.

Muitos neo-Freudianos tem criticado Freud por apresentar um sistema excessivamente orientado biologicamente. Eles dizem que Freud falhou em compreender que parte o ambiente social causa na formação da personalidade individual. Uma nova psicologia social deve colocar ênfase no papel dos ambientes de tensão plena na formação da personalidade ou o "ego", produzindo regressão mais infantil, ou personalidades "id-semelhantes".

De acordo com a visão da personalidade sustentada por Emery e Trist de Tavistock, o ambiente social é tanto estável, em qualquer instante, se o povo é mais ou menos capaz de "enfrentar" aquilo o que está ocorrendo, ou é turbulento, em qualquer instante se o povo tanto age para liberar a tensão, ou se adaptam para aceitar o ambiente de tensão plena. Se a turbulência não cessa, ou se intensifica, então, num certo ponto, o povo suspende a capacidade de se adaptar de um modo positivo. Neste instante, diz Emery e Trist, o povo torna-se maladaptado--eles escolhem uma resposta a tensão que degrada suas vidas. Eles partem para reprimir a realidade, negando sua existência, e arquitetando progressivamente mais fantasias infantis que permite enfrentá-la. Enquanto isso, suas vidas vão se tornando progressivamente piores, quando avaliadas por estruturas de valores de tempos passados; para evitar está contradição, o povo, sob condições de aumento da turbulência social, muda seus valores, ainda que para novos valores degradados, valores que são menos humanos e mais próximos do animal.

O tom parece um monte de palavras empoladas(jargão de burocratas)? Com razão em certo sentido é: Indivíduos moralmente racionais, aculturados por 2000 anos de civilização cristã, não pensam de tal forma. Eles rejeitariam escolhas bárbaras, então chamadas escolhas críticas, onde ninguém é bom. Eles procurariam a verdade, e procurando a verdade, encontram rumos distantes das armadilhas mentais dos "lavadores de cérebros".

Quarenta anos passados, nossas respostas aos problemas, e nossa perspectiva moral eram diferentes. Você teria provavelmente rejeitado as espécies de escolhas críticas que são oferecidas hoje. Mas isto era antes da televisão: Quarenta anos de televisão desgatarem sua capacidade de fazer escolhas morais, tem dirigido você para escolhas críticas. Você tem seguido seu líder, a televisão, descendo um caminho para o inferno.

Examinando o inferno

Vinte anos atrás, os "lavadores de cérebros", Emery e Trist, mostraram alguns cenários para o futuro baseado sobre uma permanente condição de turbulência social. Pode haver um breve período de descanso, mas, de acordo com eles, o mundo se tornaria progressivamente mais caótico e violento.

Nas mãos daqueles com o poder de produzir politicamente-- criar a turbulência social-- o que eles tem escrito é um manual de receitas para um desejado "futuro". Foi preciso olhar o que eles produziram, antes de 1972, como sustentar uma operação de guerra psicológica, o conceito da lavagem cerebral em massa, além das doutrinas políticas de tais instituições como o Conselho para Relações externas e a Comissão Trilateral. Para tais pessoas que eles escreveram.

Suas previsões--um período de contínua turbulência, especialmente turbulência econômica guiando para um declínio econômico-- tem suas consequências políticas nos CFR's (Projeto 1980) relatórios delineados nos meados dos anos setentas. Lá, encontramos referência aos planos para "desintegração controlada" da economia Americana.

Em 1972, 20 anos de "ver" televisão nos Estados Unidos e na maioria do Ocidente tem deixado as populações com três cenários básicos (mal ajustado) de procedimento com a tensão.

Um cenário é chamado superficialidade. E a forma de retraimento psicológico, uma tentativa para simplificar as coisas. Tensão, diz Emery e Trist, faz o homem desejar escapar, livre dos valores emocionais anteriormente identificados como opções. Uma pessoa reduz o "valor de seus objetivos, baixando o investimento emocional aos termos que está sendo perseguido, se seus objetivos são pessoalmente ou socialmente de finalidades compartilhadas... Esta estratégia pode ser facilmente obtida negando as raízes profundas da humanidade que unem ...pessoas, ao mesmo tempo a nível pessoal negando a psique individual".

Emery e Trist, escrevendo na era Vietnã, aponta para rebelião da penetração da droga da "juventude em flor" contra a sociedade, como um exemplo de usos deste cenário. Lutando numa guerra brutal e progressivamente sem sentido, a velha geração começa basicamente aceitar a decadência moral da cultura da droga de seus filhos, em vez de procurar o conflito. A Sociedade como um todo aceita o padrão moral mais baixo, situado como um valor mais alto.

Citando o filósofo da Escola de Frankfurt, Herbert Marcuse, popularizado na contracultura dos anos 60's, Emery e Trist diz que sob tais condições a escolha torna-se sem sentido. O que é importante é "o momento", e "a experiência momentânea transforma todos", estabelecem êles.

Transcrevendo de Marcuse em seu Homem uni-dimensional, Emery e Trist diz que a sociedade moderna é então confrontada com "o caracter racional de sua irracionalidade".

A resposta da sociedade organizada a este processo é melhor identificada no Bravo Novo Mundo de Aldous Huxley, a sociedade controlada por drogas, na qual não há escolha moral individual.

Eles identificam na contracultura dos anos sessenta como "pioneiros" para este cenário.

O segundo cenário envolve a segmentação da sociedade em pequenas partes, do tamanho que um possa ser mais facilmente capaz de enfrentar. "Há um realce do grupo que está por dentro e um preconceito contra o grupo que está por fora por parte de pessoas que procuram simplificar suas preferências", diz Emery e Trist. "A natural linha das divisões sociais emergem para tornar-se barricadas.

Neste cenário, e cada grupo -- étnico, racial, sexual -- contra o outro. Nações dividem-se em grupos regionais, estas pequenas áreas por sua vez racham-se semelhantes pequenas áreas, junto as etnias ou outras linhas. É um cenário de uma violência incrível, mas uma violência associada como objetivos de classes, na defesa individual de cada etnia ou outro grupo.

A resposta social organizada para tal desintegração política e psicológica é o estado fascista de Orwell, modelado no livro de George Orwell "1984". No livro, os indivíduos apelam para "Grande Irmão" para regular suas vidas e conflitos entre as várias castas dentro da sociedade. Um contínuo conflito entre três superpoderes, escreve Orwell, é "empreendido por grupo dirigente contra seus próprios subjugados, e o objetivo da guerra não é fazer ou evitar conquistas de território, mas manter a estrutura da sociedade intacta..."

Enquanto nada neste cenário Orweliano não é aceitável na sua forma plenamente organizada, ainda que o Nazismo pudesse agora ser repetido na sua forma exata, Emery e Trist estabelece que não há todavia paralelo óbvio na "Guerra fria" para Orweliana "guerra de cada um contra todos"; eles comentam em outra parte que, deveria o colapso da Guerra fria, a capacidade para controlar um cenário de segmentação numa escala social, poderia também entrar em colapso.

O terceiro cenário é mais intenso, envolvendo uma retirada e refúgio "para dentro do mundo particular e uma retirada dos laços sociais, o que pode acarretar ser arrastado para dentro dos assuntos de outros". Emery e Trist adverte que a desagregação não é mais declaração dogmática de "primeiro eu", de egoísmo pessoal que tornou-se a marca registrada dos anos 70's e 80's. Temendo o terror que o rodeia, o indivíduo procura evitar completamente todas formas de perigo. Indivíduos procuram invisibilidade, para desaparecer gradualmente dentro seus ambientes; eles não vêem nada e ninguém, então ninguém pode vê-los.

Os "lavadores de cérebros" comentam que a desagregação tem sempre sido a resposta da espécie para a vida numa cidade. As pessoas tendem para "olhar para outro lado", mesmo se estão caminhando na mesma direção, até as pessoas que viajam de metrô tentam "permanecer invisível" embora na multidão.

Aqui nos podemos ver com Freud e outros previram acerca do comportamento das multidões ou massa de pessoas e específico somente para certos tipos de experiências especialmente organizadas: uma das quais é a massa está organizada em torno de apelos de emocionalismos, que conduz para a regressão do indivíduo para um estado infantil da mente, para uma "liberdade" animal de expressão hendonística(Nota TR:doutrina que considera que o prazer individual e imediato é o único bem possível...). Emery e Trist descreve um nível de desagregação tão grande que o indivíduo é reduzido a um animal. Ele retira-se do terror em volta dele, e semelhante a um animal "movendo-se escondido", tenta desaparecer.

Com indivíduos retraídos para dentro de suas fantasias, suas mentes entorpecidas e "cérebros lavados" por suas televisões, os "lavadores de cérebros" previram que os homens estarão propensos a aceitar "a perversa desumanidade do homem para o homem que caracterizou o Nazismo"-- não a estrutura do Estado nazista, mas a perspectiva moral da sociedade nazista.

Finalmente, a maioria das pessoas se retraem até que não vão nem para os eventos esportivos como para os concertos de rock: têm tais experiências intermediadas através da televisão. É a televisão que "dá então o conforto" escrevem os "lavadores de cérebros".

Para sobreviver, tais indivíduos exigem o conforto de uma nova religião; as antigas formas religiosas, especialmente Cristianismo Ocidental, exige que o homem seja responsável pelos seus companheiros humanos. A nova forma religiosa, será uma forma de anarquismo místico, uma experiência religiosa muito parecida com as práticas satânicas do Nazismo e as visões de Carl Jung. Novamente, é a televisão que fornece a "cola social" que une as mentes da população para suas novas formas religiosas: E a televisão como líder, neste caso, o anti-cristo.

A Laranja Mecânica

A resposta social organizada para a desagregação, diz Emery e Trist, é uma sociedade descrita nas páginas da novela de Anthony Burgess "A Laranja Mecânica".

Neste livro, Burgess descreve uma sociedade, tornada controladamente demente. A maioria da população está engajada numa fútil "educação", um pouco engajada na destruição mental de trabalhadores comuns, e em alguma parte, há pessoas escapando de tudo isto como se fosse um zoológico maluco.

Violência sem sentido está em todo lugar nas ruas, comitida por bandos de jovens que desejam ardentemente derramamento de sangue. Na típica rua da Laranja mecânica, um bando de drogados, adolescentes viciados bizarramente vestidos surram um homem idoso. Porque ele vem aqui, diz um dos membros do bando; todos sabem se você vai para certas partes da cidade, você será surrado e violentado.

Não há política para qualquer deles: Burgess assegura que seu "herói", Alex, repetidamente torna claro que é apolítico. Alex fala uma linguagem inventada pelo linguista Burgess, apropriada ao seu infantilismo; nunca é traduzido-- o leitor é forçado a "aprender" quer por meio da descrição ou por "palavras pictóricas".

Burgess não proporciona explicação de como a sociedade tomou este rumo; não há guerra ou outra calamidade social citada.

A Laranja Mecânica retrata uma sociedade dominada por uma fúria de infantilidade animal. Os adultos desagregados não podem exercer autoridade moral sobre seus filhos, porque eles estão envolvidos com suas próprias fantasias infantis, induzida para eles pelos seus aparelhos de televisão. Embora eles assistam as reportagens de crimes diários, se convencem que não é seus meninos que estão fazendo isto.

Para Emery e Trist, a visão da Laranja Mecânica de Burgess é o estado Nazista sem a superestrutura. E a desordem organizada, sem controle moral.

E a força dos meios de comunicação de massa, o poder da televisão, entretanto, que está nos levando para a sociedade da Laranja Mecânica. Como nós temos explicado em sessões anteriores, a televisão, quando assistida habitualmente, observando durante muito tempo induz a desagregação. Também fornece a tensão e imagens da violência para criar a forma da organização social na Laranja Mecânica. Sob olhar sempre presente, o líder, a televisão, transforma crianças em bestas semelhantes a Alex e pais em impotentes zeladores de bestas.

Em longos períodos, um estado de desintegração mental e social pode transformar a si mesmo em outro. Dado o poder da televisão sobre a sociedade, todos tenderão a tornar-se mais anti- -sociáveis, muito semelhantes a Laranja Mecânica. Como o futuro de lavador de cérebro Hal Becker declarou antes em 1981, "Orwell cometeu um grande erro no seu "1984". O Grande Irmão não necessita observar você, enquanto você o observa.

Isto é bastante por agora. Quando nos falarmos novamente, explicarei como os programas que você assiste na televisão têm sido montados para lavar o seu cérebro.

Desligue sua TV -- Parte V por Lonnie Wolfe

A Programação da América pela Televisão

Refleta sobre o seguinte por um momento: suponha que alguém diga que esperou você tomar uma grande dose de uma droga que amortece a mente, e que depois que a tomou, fez então sugestões para você fazer coisas, que sem tomar a droga você provavelmente nunca concordaria fazer. E, também disse que você não seria considerado responsável pelo que fez, não teria memória consciente daquilo que ocorreu. Você tomaria a droga? Definitivamente não, diz você, de forma alguma.

Todavia, por mais de 40 anos, a maioria dos Americanos, semelhantes a você, estão tomando uma dose diária de droga que amortece a mente, uma das mais poderosas jamais inventada-- a televisão. Com sua mente em um estado amortecido, coisas têm sido sugeridas para você que, estando alerta racionalmente, teria rejeitado. E, durante bastante tempo, sob contínua dosagem desta droga, você teria seguido as sugestões, mudando a forma de pensar acerca de si mesmo e do mundo ao seu redor. E, você nunca soube que isto estava acontecendo, e você pode acertar as coisas ainda, apesar de tudo que nós já temos mostrado, acreditamos que temos dificuldades. Assim que se faz completo este processo é uma lavagem cerebral, tão forte é seu poder sobre você.

Pessoas semelhantes a Sigmund Freud, seus seguidores diretos no movimento psicanalítico, e os neo-Freudianos que divergiram dele, bem como todos os psicólogos sociais, negam a existência da verdade universal que o homem é modelado a imagem de Deus e é portanto distinto do animal. Eles negam que o homem foi dotado pelo seu Criador com a divina centelha da razão, e que pela dádiva da razão, o homem pode conscientemente aperfeiçoar seu conhecimento. Para êles, criatividade e fundamentalmente um conceito místico desconhecido, um ato ligando a repressão dos desejos carnis e sexuais.

Negando está mais fundamental das verdades, eles negam a existência de qualquer verdade. Eles procuram impor sobre a humanidade uma mudança de padrão que apagará 2000 anos da Civilização Cristã, retornando o homem para uma ordem social bestial e primitiva.

Usando a televisão como suas armas, os lavadores de cérebros tem lançado um assalto de 40 anos sobre as verdades universais da civilização Cristã Ocidental e sobre o conceito universal da verdade em si mesmo. No lugar da moralidade baseada na razão, na falta de uma verdade universal, eles tem elevado o falso Deus da opinião popular. Como nós mostraremos, eles têm conscientemente contrariado os altos valores morais da sociedade, e mesmo a idéia que poderia haver um conjunto de valores morais verdadeiros, procurando substituir a amoralidade como suposição axiomática (NT: axioma, verdade que não precisa ser demonstrada).

A Realidade como Opinião

Uma vez que o conceito de verdade universal está encoberto, a realidade passa a ser redefinida por "percepções" internas ou "imagens" daquela realidade. Estas percepções e imagens são então confirmadas pela opinião popular. Realidade torna-se um conjunto de opiniões conflitantes aprovadas pelo consenso da massa.

Freud, discutindo esta transformação em 1921 na sua obra "Psicologia das Massas", identifica o processo nas massas como um desaparecimento da influência daquilo que ele chama a consciência moral ou social(o "sobre eu" ou "superego", como é mal traduzido no Inglês) sobre o mais infantil da pessoa e portanto, mais semelhante a natureza animal(o Eu e êle, ou o "ego" e a "id"). Para usar um termo desenvolvido pelos neo-Freudianos, o indivíduo torna-se mais "dirigido por outro", governado pelas opiniões percebidas de outros, e então, mais facilmente manipulado.

A lavagem cerebral da televisão trabalha através da manipulação de imagens e percepções para causar uma mudança de padrão na "mente do público". Faz isto através daquilo que as pessoas da televisão apropriadamente chamam programação, o conteúdo do que é moldado e ajustado cuidadosamente pelos analistas sociais.

Deixe-nos mostrar como Walter Lippmann, um dos mais adiantados praticantes e teóricos da manipulação em massa da opinião, descreve o processo. Lippmann, treinado pela unidade de guerra psicológica Britânica na Casa Wellington durante a I Guerra Mundial e seguidor de Freud, veio a ser considerado o mais influente comentarista social e político Americano da primeira metade do século XX.

Em 1922, seguindo a publicação da Psicologia das Massas de Freud, Lippmann publicou um manual sobre a manipulação da mente do público, intitulado Opinião Pública. No seu capítulo introdutório, denominado "O mundo exterior e as imagens nas nossas mentes", descreve o conceito de opinião pública:

"Opinião pública ocupa-se com o simulado, invisível, e fatos embaraçosos e não há nada óbvio acerca deles. As situações para as quais a opinião pública se refere são conhecidas somente como opiniões... As imagens dentro das mentes deste seres humanos, as imagens deles mesmos, de outros, de suas necessidades, objetivos e relacionamentos, são suas opiniões. Estas imagens as quais agem por grupos de pessoas, ou por indivíduos agindo no nome de grupos, e Opinião Pública com letras maiúsculas... A imagem interna muitas vezes corrompidas por homens nos seus procedimentos com o mundo exterior".

Enquanto a televisão pode mudar algumas opiniões relativamente rápido, a mudança de um padrão envolvendo uma suposição axiomática (crença sem base racional) que governa todos os indivíduos que pensam numa sociedade não ocorre da noite para dia; ocorre um longo período de tempo, em estágios.

Pense acerca de um perfil da população Americana, correlacionados entre si no crescente resultado da observação da televisão.

Primeiro, você tem uma geração que nasceu antes do advento da televisão, a geração que lutou na II Guerra Mundial; eles tem o mais forte conjunto de valores morais, desde que foram influenciados pela experiência de guerra e os fortes valores morais de seus pais. Eles são os mais resistentes a lavagem cerebral.

Seus filhos, a " explosão de bebês", do período 1947-55, foram os objetivos especiais dos lavadores de cérebros, como mostraremos. Eles tem sido dominados pelos lavadores de cérebros da televisão em todas as suas vidas. Todas as gerações que se sucederam tem sido totalmente submergida na experiência da lavagem cerebral da televisão.

Então, você vem de uma velha geração que tem assistido televisão aproximadamente desde 1950, e sucessivas gerações que tem assistido televisão em todas suas vidas.

Agora, você tem pais que foram eles mesmos educados pela televisão, educando crianças, que foram criadas pela televisão, que agora estão começando a ter filhos: três gerações sucessivas dominadas pela lavagem cerebral da televisão, sem qualquer memória consciente de qualquer coisa diferente.

Com este perfil em mente, focalize sobre o seguinte: o resultado da programação da televisão é para fazer cada geração que se sucede mais infantil, mais próxima do animal, mais amoral, desta forma alterar os valores estruturais do conjunto da sociedade. No final do processo, os pais da " explosão de bebês" tem aceito todos os princípios, as hipóteses de infantilidades de seus filhos.

A Guerra perdida das gerações

Os lavadores de cérebros do Tavistock, Fred Emery e Eric Trist, escrevendo aproximadamente há 20 anos passados, identificam o período crucial no processo de lavagem cerebral: o ponto no qual a geração pré-televisão tenta educar os meninos do "baby boom" (NT: período de aumento da natalidade do pós-guerra), aproximadamente entre 1949-1969. Eles comentam o cenário que se segue. Durante o período, aumenta a assistência da televisão por parte de crianças, especialmente os números de shows orientados para eles aumentaram; ao mesmo tempo, a assistência de adultos aumentou. Crianças, dizem eles, aprenderam do que viram os seus pais fazendo: tornou-se socialmente aprovado o comportamento de assistir televisão.

Mas então alguma coisa interessante aconteceu: A televisão tomou posse como pais substitutos. Crianças assistiam para distrair, e eram encorajadas pelos pais a fazer isso. Eles tornaram-se acostumados a assistir televisão.

As imagens apresentadas na tela eram mais reais, mais poderosas que o mundo exterior. As mensagens apresentadas nos shows tornaram-se mais importantes para as crianças do que o que diziam seus pais ao vivo.

Crianças assistiam aos mesmos shows, muitas vezes com seus amigos e falavam acerca dos shows, socializando a experiência. Emery e Trist, citando o trabalho de outros, relatam que a televisão tornou-se o "o tocador de flauta" (NT: referência a obra infantil em que todas as crianças de uma cidade seguiam o homem que tocava uma flauta) para as crianças, o líder que eles seguiram.

O conjunto do processo criou uma desavença entre os filhos e os pais, embora não necessariamente aparente no início, criando uma crise na unidade fundamental da reprodução social, a família. Aconteceu somente com estas crianças do "baby boom" que entraram na adolescência nos anos 60 que o conflito irrompeu abertamente. Emery e Trist escreve: "a geração de crianças desenvolveu-se sob uma dieta de TV, e os mais afluentes obtiveram seus aparelhos, então múltiplos aparelhos, muito parecido a usar como substituição para a presença com seus filhos. Os filhos tornam-se adolescentes, gastam menos tempo assistindo TV, mas têm uma visão diferente do mundo. Eles desafiam a visão do mundo dos pais, face a face...".

Na previsão do desafio das gerações, escreve Emery e Trist, a autoridade disciplinar da sociedade adulta enfim conquista os valores dos jovens adultos. Mas desta vez, a sociedade adulta perdeu sua habilidade para disciplinar; os adultos tinham sido infantilizados por assistir televisão. A guerra de gerações está perdida, escreve Emery e Trist, toda sociedade mergulha para um novo nível de infantilidade. O comportamento dos filhos-- as drogas, o sexo, o comportamento anti-social -- é desculpado ou para usar a palavra da lavagem cerebral -- racionalizado, com a ajuda das mensagens contidas na programação da televisão.

Emery e Trist chegam uma conclusão assustadora: a guerra de gerações entre a tão chamada contracultura e a geração que lutou na II Guerra Mundial será a última confrontação aguda de valores. Sob a influência da televisão, cada transferência de poder para gerações seguintes será mais suave: quando os adultos já estão infantilizados, é mais fácil aceitar o infantilismo dos seus jovens. As crianças, eles declaram, podem ser violentas, insanas e anti-sociais, mas ninguém afirmará que não são seus direitos serem assim!

Para compreender melhor como nós nos metemos nesta desordem, vamos retornar ao período anterior da televisão nos anos 50, e mostrar como que você observava como uma criança era ajudada a determinar seus valores como um adulto.

Como nós dissemos, a geração do "baby boom" foi a primeira ser educada pelo aparelho de televisão. Por volta de 1952 já existiam 30 milhões de aparelhos de TV na América; no final da década a penetração nos lares Americanos era quase universal. Isto forneceu a base para a lavagem cerebral em massa, atingindo especialmente as crianças nascidas desde 1949.

É importante compreender que os lavadores de cérebros pensam em períodos longos de tempo. Sabem que é impossível efetuar qualquer mudança significativa nos valores sociais de qualquer forma mas por composição de tempos medidos nas diversas gerações. Por está razão, as mensagens apresentadas em massa na programação da televisão nos anos 50, foram planejadas para serem reproduzidas uma ou duas décadas. Do mesmo modo, que você e seus filhos estão assistindo hoje, modelará a primeira parte do próximo milênio.

Enquanto seus lavadores de cérebros pensam em longos períodos de tempo, você está sendo induzido a pensar em quadros de tempos cada vez mais curto. A amplitude de sua atenção é diminuída quase diariamente. Por exemplo, a meia hora média de programa da televisão, é quebrado em pelo menos quatro segmentos, usualmente o mais longo atingindo não mais que 5 ou 6 minutos, com a parte restante ocupada pelos comerciais, tema, e créditos. Os noticiários da televisão apresentam ítems em pedaços de 30 segundos, com superficialidade, reportagens mais extensas. A verdadeira natureza da maioria dos assistentes de sua televisão torna impossível considerar conceitos difíceis, especialmente desenvolvidos em longos períodos de tempo.

Choque cultural

Seus lavadores de cérebros realmente se classificam em duas categorias maiores. Ambas tem a mesma visão do mundo--o conceito do homem como uma besta, para ser controlado e manipulado semelhante a um animal--mas há uma divisão de responsabilidade entre eles. Há pessoas semelhantes a Emery e Trist e outros em lugares parecidos como Tavistock, que criam e analisam mecanismos para a lavagem cerebral, que estudam os efeitos destas com que são chamados perfis, e que fazem recomendações como fazer melhor. Eles trabalham como psicólogos sociais, e em profissões semelhantes.

Então, há pessoas que criaram a idéia de satisfação do lavador de cérebros. Eles operam sobre a cultura ou paradigma, como nos temos explicado -- o conjunto de axiomas (afirmações sem explicações racionais) que governam o modo como nós pensamos. Estes são especialistas no choque cultural, que criam o sistema de valores os quais são impostos sobre a sociedade pelos mecanismos de lavagem cerebral, tal como a televisão.

No final dos anos 30 e durante a guerra, operadores da Escola de Frankfurt estavam envolvidos nos maiores estudos de programação em massa pelo rádio, e seus efeitos sobre a população. Os trabalhos, ligados ao pessoal de Tavistock, no que foi conhecido como "Projeto de Rádio" Princeton, fornece importante material conceitual para posterior lavagem cerebral em massa pela televisão.

Uma das legendas dos antigos pioneiros nas técnicas de lavagem cerebral pela televisão foi Theodor Adorno, operador da Escola de Frankfurt e antigo membro do "Projeto Rádio". Adorno compartilhou da perspectiva bestial dos neo-Freudianos, desenvolvendo, em companhia com outros associados na rede da Escola de Frankfurt, uma perversa teoria sobre o uso da tecnologia da comunicação de massa para lavagem cerebral em massa. Dada a mensagem apropriada com satisfação, diz Adorno, meios tais como a televisão e rádio, poderiam ser usados para fazer o povo "forçosamente retardado". Uma personalidade adulta poderia ser reduzida, através da interação com os meios de massa, para uma mais primitiva, ingênua ou estado infantil.

Num relatório de 1938, Adorno compara a capacidade de retardamento dos meios existentes. Rádio tem nível um de efeito, mas o filme sonoro é certamente mais poderoso "retardante", indica Adorno. A televisão é ainda um nível ainda mais poderoso, diz Adorno

em 1944: "A televisão almeja a síntese do rádio e do filme, e é mostrada somente por causa de que os participantes interessados não ter ainda alcançado um entendimento, mas suas consequências serão realmente enormes e promete intensificar o empobrecimento de maneira estética tão drasticamente...".

Nas mentes de Adorno e seus "amigos viajantes", o poder do controle do novo meio permite o poder de determinar controlar os valores da sociedade: "A televisão é um meio de controle psicológico inimaginável", escreveu Adorno em 1956.

Neste mesmo ano, Adorno escreveu um ensaio intitulado "A televisão e os padrões de cultura de massa" que elaborou sobre as técnicas de lavagem cerebral que poderia ser empregada com a televisão. Foi projetado como um manual e guia de discussão para pessoas, envolvidas com a programação. Para pessoas semelhantes a nós, vítimas projetadas da lavagem de cérebros da televisão, proporciona o discernimento de como as mensagens na programação podem ser "decodificadas".

Resumindo em linhas gerais o seu estudo, Adorno escreve, "[Nós] investigaremos sistematicamente o típico estímulo social-psicológico do material da televisão tanto os níveis descritivos e psicodinâmicos, para analisar suas pressuposições, bem como seus padrões somados, e avaliar os efeitos que são prováveis produzir. Este procedimento pode finalmente induzir adiante um número de recomendações sobre como comportar-se com estes estímulos para produzir os efeitos mais desejáveis...".

Adorno declara que toda programação da televisão contém uma mensagem aberta como definida pelo enredo, caracteres, etc nas imagens apresentadas e uma mensagem invisível que é menos óbvia, e é definida como objetivo maior daqueles que apresentam as imagens. Estas mensagens invisíveis são o conteúdo dos lavadores de cérebros, enquanto que a mensagem aberta -- o enredo, etc -- é a portadora do conteúdo da lavagem do cerebral.

A mensagem invisível opera sobre a mente como para causar um conflito de valor durante um período de tempo. Como nós temos declarado antes, o conflito não vem a tona imediatamente, mas ocorre a pequenos intervalos de tempo sobre as gerações. A mensagem invisível num show pode não aflorar por 10-20 anos como uma mudança nas atitudes da maioria da população, mas Adorno assegura que finalmente virá a tona. Este é o conceito da atividade de fundo o qual nos temos referido em outras seções deste relatório.

Estes "Saudáveis" Programas

Para produzir seu ponto, Adorno desmascara a mensagem invisível de vários programas populares do período primitivo da televisão.

Nossa Miss Brooks, uma popular comédia de situação (NT: sitcom ...abreviatura do tipo de programa em inglês), representada por uma profissional treinada, professora de escola, contra seu chefe, o patrão. Maior parte do humor, de acordo com Adorno, era derivado de situações nos quais a professora mal paga tenta arrancar uma refeição de seus amigos.

Adorno "decodifica" a mensagem invisível como se segue: "Se você está de bom humor, bem disposto, alerta, é fascinado como ela [Miss Brooks] e, não se preocupa que está sendo paga com um salário de fome. Você pode aguentar com sua frustração de um modo humorístico e sua sagacidade superior e habilidade coloca não somente acima das privações materiais, mas também acima do restante da espécie humana".

Esta mensagem será chamada anos adiante, como o colapso da economia na forma de um "cínico anti-materialismo". Surgiu adiante como uma vingança entre a "geração perdida" dos anos 60, e a primeira onda de "contracultura".

Generalizando isto, Adorno salienta que é o stress e a tensão social que invoca a frente da televisão imagens de estereótipos da psicodinâmica social, mostrando os papéis modelos e imagens da televisão primitiva. A vida mais confusa se torna, a "maioria das pessoas aderindo desesperadamente ao clichê para produzir a ordem de outro modo inaceitável".

Uma outra "decodificação" por Adorno enfatiza este ponto. Relembre o show, "Minha pequena Margie? A heroína desta situação de era uma menina feliz que pregava peças em seu pai, que é retratado como bem intencionado, mas estúpido".

Adorno diz que a mensagem invisível é a imagem de uma mulher agressiva dominando com sucesso e manipulando o homem, a figura do pai. Ele "prediz" que anos mais tarde, aquelas jovens meninas progressivamente espelharão esta imagem da "rameira-heroína". A pequena Margie é o papel modelo para o movimento feminista dos anos 60 e 70 que começaram como expectadores da Minha Pequena Margie.

As mensagens não precisam estar contida dentro de um simples programa. Elas poderiam ser transmitidas através de uma série de imagens como personagens primárias ou secundárias dentro de diversos programas. Por exemplo, Adorno aponta diversos shows apresentaram personagens que eram homens artistas, sensitivos e efeminados. Tais imagens coerentes com as noções Freudianas que criatividade artística derivavam tanto uma reprimida como real paixão homossexual. Estes efeminados, homens sensitivos usualmente entram na moda contra outros mais, homens agressivos imagens de "machos", tais como cowboys, que eram não criativos.

Reconhecendo o poder psicológico na imagem invisível, Adorno prediz que o "maricas criativo" encontrará um "importante" lugar na sociedade. Tais imagens são representadas hoje na expansão da homossexualidade através da sociedade, e em todas artes criativas.

Desligue sua TV -- Parte VI por Lonnie Wolfe

"Matando" Deus pela Televisão

Uma das afinidades fundamentais que define nossa civilização e aquela do homem para Deus. Esta afinidade é regulada através da religião organizada. E a religião que ensina os valores e axiomas (NT: verdades que não necessitam provas) da Civilização Cristã Ocidental, os quais criam no indivíduo a capacidade para o julgamento moral que deve instruir nossos processos racionais.

Como explicamos em outra seção deste relatório, o doentio Sigmund Freud, que tornou a psicologia de massa a base para as teorias de lavagem cerebral da massa, odiava crenças religiosas, precisamente porque revelavam que o homem era dotado com poderes divinos para aperfeiçoar a sua existência; de acordo com Freud, está crença, a raiz de nossa consciência moral, conduzia o homem para o conflito com seus mais infantis desejos, causando então as neuroses.

O sistema de Freud e suas variantes na psicologia social nega a perfectabilidade da alma, como descrita por Dante na passagem do homem pelo Inferno, através do Purgatório, para o Paraíso; homem, animal bípede, não deve aspirar ser qualquer coisa mais do que é, uma besta, em guerra com consigo mesmo, cujas emoções básicas devem ser represadas e controladas.

Antes do anos 50, a maioria dos Americanos ainda venerava Deus nas igrejas e sinagogas. A prática da crença religiosa era um assunto axiomático (NT: ninguém discute axioma todos aceitam como uma verdade ...) da vida Americana, embora os Americanos nem sempre agiram de acordo com esta crença. A televisão não poderia ativamente e abertamente atacar isto; fazer tal coisa atrairia a fúria indignada da nação para o novo meio, e perdia-se o poder mantido sobre a população.

Então os programadores adotaram uma outra tática: os shows de televisão fazem as crenças religiosas organizadas, invisíveis, fazem desaparecer do vídeo. Estudos do conteúdo dos shows de televisão nos anos 50 mostram quase nenhuma referência de ir a igreja ou atividades religiosas.

Medite a respeito de tais shows como "Leave it to beaver" ou Papai sabe tudo. Relembra você estas famílias indo a igreja ou discutindo crenças religiosas? Conhece você que fé estas famílias professavam? Você não conhece porque eles nunca diziam para você: Nuncam discutiam tais assuntos.

O mais importante, quando estas famílias tinham problemas, recorriam eles para suas igrejas ou seus líderes religiosos como recursos para auxiliar a resolve-los? Nunca. Resolviam tudo dentro da família -- na ausência de religião organizada ou crenças religiosas. A família e seus valores eram então secularizadas e o que foi uma vez chamado valores morais e religiosos tornaram-se conhecidos como valores familiares -- uma estrutura de crença secular que nada tem com os valores fundamentais da civilização Cristã Ocidental.

Isto era a mensagem invisível do então chamado shows familiares saudáveis dos anos 50, alguns com a moral típica da época e personalidades semelhantes a Tipper Gore que agora os declaram como exemplos da era dourada da televisão!

A gravação chegou no final dos anos 60, com a nação convulsionada pelas lutas de gerações a respeito de valores, alavancada pelo conflito do Vietnã. O lavador de cérebros de Tavistock Fred Emery comentou naquele tempo, diferente de períodos anteriores de caos sociais, os últimos do anos 60 não foram revertidos pelas religiões organizadas para ajudar encontrar uma saída, para buscar valores mais fundamentais que aglutinaria ao mesmo tempo sociedade e famílias com problemas semelhantes. Ao contrario, descreve a ascensão, especialmente entre os alienados da "explosão de bebês" (NT: período do pos- guerra que houve aumento da natalidade, que

se tornaram adolescentes no final dos anos 60) da mística do anarquismo, e que rejeitaram todas as religiões organizadas como falsas e "procuraram uma nova definição para Deus". Esta é a "Nova Idade", a "A era de Aquário", pregada por gurus da Escola de Frankfurt semelhantes a Herbert Marcuse.

Os mais recentes levantamentos obtidos nos dados biográficos da população, em Tavistock, mostram que poucas pessoas jamais declaram que mantêm fortes crenças religiosas de qualquer espécie. Uma resposta padrão tem a pessoa dizendo que nasceram sob a religião, "mas não pratica a muito tempo qualquer religião organizada".

Nós somos todos animais

Agora, permita-nos retornar a atenção para os programadores que criaram uma identidade entre o homem e o animal.

Uma das formas anteriores de programação de crianças eram os desenhos animados; muitos daqueles shows tinham hospedeiros humanos, tais como Bozó, ou o Circo de Terrytoon de Claude Kirshner. Mas a maioria do conteúdo dos shows de meia hora era 5 ou 6 minutos de desenhos. Grande quantidade foi feita naqueles primitivos dias em que os desenhos eram inocentes e inócuos, com alguns grupos de pais se queixando que deveria haver mais conteúdo na programação das crianças.

Mas eles não eram inócuos. Cada desenho retratava animais agindo como se fossem humanos. Estudos de crianças que tem um diário, com regime constante de desenhos de televisão mostram que os meninos perdem sua habilidade para ver a diferença entre a maioria dos animais e a vida humana: O reino animal aparece como espelho da sociedade humana. As crianças identificavam certos animais como "heróis" e temia outros como perigosos "sujeitos maus".

A mesma espécie de desenho era mostrada na matinée de sábado e outras audiências de cinema. Mas crianças iam aos cinemas mais de uma ou duas vezes por semana, por uma hora ou duas. Durante os primeiros 10 anos de televisão, crianças com idade entre 2 a 10 anos assistiam mais horas de desenhos do que gastavam em outras atividades. Recebiam mais que uma hora e meia por dia de lavagem cerebral de desenho animado.

Próximo do fim da década(50-60), os desenhos animados começaram a copiar a televisão adulta: Yogi Bear e outros filmes de Hanna-Barbera eram colocados em formatos de séries semanais, para criar uma audiência habitual e regular. Alguns dos programadores previram, que desta forma também arrastava audiências de adultos para série de desenhos animados.

Aquele rato piolhento

Os mais poderosos shows de crianças eram produzidos pelos Studios Walt Disney, que tinha anos de experiência na produção de trabalhos de lavagem cerebral em massa dirigido para crianças. Walt Disney e seu irmão Roy estavam ambos envolvidos na produção de filmes de propaganda durante a II Guerra Mundial, supervisionados pelo Comitê para Moral este dominado por Tavistock (NT: Instituto de Londres que estuda a lavagem cerebral de maneira científica...). Seu studio foi o primeiro produzir desenhos animados de longa metragem que incorporou caracteres humanos e animais; Disney reconheceu que o desenho animado, com sua cor e fantasia maior que a vida, era o veículo perfeito para transportar "mensagens" para as crianças. Seus filmes, tais como Bela Adormecida e Branca de Neve, todos pretenderam tornar-se experiências universais para gerações de crianças e seus pais, contando mensagens morais que permaneceriam com uma criança através da maior parte de sua vida.

Então, não era surpreendente que o mais popular dos programas infantis da primeira década da televisão era o "Clube Mickey Mouse", o qual misturava desenho animado, cinema e interação viva entre as caracteres humanos e animais.

O "Clube Mickey Mouse" foi um experimento de lavagem cerebral em massa de crianças através da televisão. Em torno do show era construída uma organização real de clube, o qual pelo fim da década tinha mais membros que os Escoteiros e Bandeirantes combinados. Com os sócios surgiu uma revista do clube e outros itens, os quais, por sua vez, sugeriram outros grupos de atividades, que usualmente significava a compra de algum brinquedo com licença Disney e outras parafernalias.

Cada criança em casa era "doutrinada" no ritual do sócio, com incitamento da televisão, e impelida a cantar junto canções, com palavras relampejadas sobre o vídeo, e entoar coisas instruídas pelo seu líder de grupo da televisão. Faziam desta maneira enquanto exibiam suas "orelhas de rato", que foram projetadas para fazê-los identificados com uma figura animal, Mickey Mouse.

No final de cada show, havia um sermão pelo "líder de grupo", um jovem adulto masculino, este sermão era reforçado pelas declarações dos sócios ao "vivo" no estúdio, cada um deles era conhecido somente pelo seu primeiro nome. O sermão usualmente falava da necessidade de honrar os pais e outros membros da família, e fazer coisas "boas" para pequenas criaturas e outras crianças menores. Tudo isto era feito enquanto crianças em casa e sobre o palco usavam suas orelhas e pronunciavam "saudação do clube".

Houve outros clubes de crianças antes, em torno de shows do rádio tais como "Capitão Meianoite", em torno de figuras de televisão semelhantes Roy Rogers ou "Howdy Doody", mas nada na escala do Clube de Mickey Mouse de Disney, e nada organizado em torno da identificação com um animal. As crianças Americanas tinham retornadas a uma nova religião pagã, e o Deus era um rato!

Os pais nada viam de errado nisto. O rato, através de seu substituto, o porta voz no show, Jimmy, apoiava "valores Americanos". Crianças estavam sendo "ensinadas" a respeitar seus pais, a serem "patriotas" e agirem bem comportadas. Os pais estavam felizes em deixarem um rato, ou melhor a televisão, através do rato, mostrar aqueles valores para uma geração de crianças.

Refleta por um momento sob uma diferença de tempo e uma diferença de lugar. Há uma outra geração de crianças cujos valores foram dados para eles numa forma organizada por alguém que não seus pais. Os jovens de Hitler do Nazismo Alemão. Eles também tinham seus rituais, seus uniformes e símbolos, e suas canções. Eles também tinham seus líderes, que pregavam sermões. E também eram "ensinadas" a serem "patriotas" e respeitar seus pais, e sempre serem educados e bem comportados. Relembre o que nós dissemos: o Estado Nazista e valores sem a bagagem Nazista. Mickey Mouse, o Fureher? Faz você pensar por momento, não faz?

Aqueles Animais Sanguinários

Um dos "valores", que foi inserido nas séries de aventuras dentro do esquema do "Clube Mickey Mouse" foi a necessidade de proteger "as pequenas criaturas" e a "natureza" contra o homem ganancioso, que os destruiria para fazerem dinheiro. Temas similares estavam contidos pela primeira vez nas séries "Walt Disney Apresenta".

Entretanto, outros espetáculos de formatos mais "padronizados", tais como "Lassie" e "Rin Tin Tin" criaram mais identificação entre as crianças e os animais. Nestes espetáculos, os animais eram os "heróis", que muitas vezes derrotavam pessoas mas, muitas vezes sem qualquer auxílio de intervenção humana. Em cada caso, o espetáculo apresentava um jovem menino ou menina, que era protegido(a) pelo animal(nos dois casos citados, cães). Como mais tarde estudos de lavadores de cérebros concluíram que isto fazem as imagens sobre o vídeo mais natural para as crianças assistentes se identificarem com elas.

Toda esta identificação com o animal, e a confusão da distinção entre o que é humano e o que é animal, retorna uma geração mais tarde na loucura do movimento ambiental.

Agora, é 1990. Estas belas histórias acerca dos "pequenos animais graciosos" tem retornado um pouco repulsiva. A média das exibições sobre a natureza, tanto na TV cabo, como nas redes, ou na televisão pública, mostram animais matando outros e copulando. Algumas das narrativas típicas são uma curta e delicada acerca da copulação, mas eles evidentemente procuram diminuir a ofensa com a violência.

Os novos espetáculos tem a benção e a orientação de vários psicólogos, que tem traçado um perfil das respostas das crianças as chifradas e sexo dos animais. Eles abertamente estabelecem que os espetáculos proporcionam lições para as crianças acerca do comportamento humano, desde que os animais meramente refletem o lado sombrio da própria natureza humana. Eli Rubinstein, um psicólogo trabalhando numa força tarefa da Associação Americana de Psicologia sobre a televisão e a sociedade, declarou que os documentários de violência natural "colocam o comportamento humano no contexto". Ele diz que os pais deveriam assistir tais shows com os filhos para que eles possam usar então construtivamente para "reforçar positivamente o comportamento humano".

Tais espetáculos são especialmente bons para explicar as crianças porque é mau criar grandes populações. As crianças podem ver que se a população cresce desordenadamente conduz a morte e ao sofrimento, isto dizem os "lavadores de cérebros".

Então, as próximas gerações de crianças serão conhecidas como "boas" imitadoras do comportamento animal e das tolices mais repelentes. Nos não estamos muito necessitados das crianças, agora, estamos? E você tolera esta "lavagem cerebral" e pode igualmente participar delas, como os psicólogos "recomendam". Isto é onde aqueles desenhos animados e Mickey Mouse nos tem conduzidos.

Da próxima vez que você se aproximar de um ambientalista de mais de 35 anos de idade, pergunte se ele ainda tem suas "orelhas de rato".

E Justiça para todos

Agora, deixe-nos examinar outra mensagem da "lavagem cerebral", justiça, como a executada pelos oficiais da lei, e vemos como a televisão a manipula. Aqui veremos como a mensagem invisível altera para uma progressivamente perspectiva mais fascista.

Na primeira década da televisão, a imagem da sanção legal era transmitida tanto nos westerns, como nós chamados filmes de "policiais e ladrões". As crianças assistiam ambos, visto que eram os primórdios da televisão e estavam entre os mais populares assistidos pelas famílias.

Usualmente, os oficiais da execução da lei eram tanto heróis, ou os maiores personagens secundários, que trabalhavam com os heróis para resolver problemas. O xerife, o detetive, ou oficial de polícia era o "bom" sujeito, que arriscava sua vida para proteger cidadãos de criminosos "maus".

A mensagem simples emitida era "o crime não compensa". Qual era o crime ou atividade criminosa? Qualquer coisa que violava a lei. E quem determinava a lei? Sob que princípios era a sociedade governada pela lei estabelecida? Certamente não sob os conceitos da caridade e justiça contidos na Bíblia ou sob os conceitos de Lei Natural embutida na nossa Constituição. No melhor dos casos, era mostrado que a lei era baseado sob o contrato social para controlar os piores elementos da sociedade. No pior dos casos, era mostrado que se baseava somente sob justiça equitativa -- "olho por olho". Como estudos de programas contido em tais exibições como "Gunsmoke", "Os intocáveis", ou "Dragnet", mostram muitas vezes tal "justiça" era rápida e final: muitas vezes não era o "sujeito mau" que golpeava mortalmente, sem qualquer processo.

Quando a televisão entrou na segunda década, os "lavadores de cérebros" alteraram o conteúdo da programação. Com a explosão de bebês chegando a adolescência, novos programas partiram para retratar a corrupção na sociedade e no sistema legal. As séries "O Fugitivo", por exemplo, apresentava como herói um homem erradamente acusado de assassinato, fugindo da lei enquanto tentava encontrar a pessoa que o incriminou falsamente. Cada episódio mostrava a corrupção na sociedade em volta dele, incluindo advogados e policiais corruptos. Outros programas tinham linhas definidas com a mensagem que o crime era um problema sociológico e que a justiça não seria encontrada dentro do "sistema".

Tais imagens, gravadas nas mentes de adolescentes impressionáveis e crianças em crescimento, retornam durante a "revolução" contra a ordem social no final da década de 60.

Mais recentemente, a televisão divulga novas mensagens dizendo aos telespectadores que o "sistema" tem-se tornado tão corrupto, que a corrupção estava em toda parte: Juizes eram desonestos, policiais eram desonestos, etc. Os heróis dos filmes são agora pessoas que agem fora da lei, que levam pessoas a justiça por qualquer meio ao estilo de Rambo. Um novo patrulhamento fascista está sendo organizado por tais programas como "Justiça Final" acerca de um juiz, que procura destruir pessoas que não consegue condenar em sua câmara. A mensagem de "lavagem cerebral": Lei constitucional é um meio que protege somente os criminosos e deve ser posta de lado para se encontrar justiça.

Esta mensagem não encontra contradição nas imagens de 35 anos passados que descansa nos recessos das mentes da explosão de bebês (NT: período logo após a II Guerra Mundial em que houve um grande aumento da natalidade no Mundo Ocidental). Os filmes de faroeste e "policiais e ladrões" dizem para você que a justiça é definida pelo ditado "olho por olho", e muitas vezes foi encontrada pelo cano de uma arma.

A Revolução Sexual

Finalmente, deixe-nos voltar nossa atenção para um das mais discutidas questões acerca da programação da televisão: sexo difundido no conteúdo dos programas. Um movimento através do seletor de canais se faz evidente que há uma abundância de toda espécie de sexo que imaginaria sobre o vídeo, e que não é mostrado explicitamente no horário nobre em rede, é implícito no diálogo. Mas não foi sempre deste modo. Novamente, nos veremos como as imagens tem variado, para um nível progressivamente mais degradado.

Retornemos aos anos 50 novamente, quando a "lavagem cerebral" da explosão de bebês se iniciava. Nos programas de televisão primitivos, não havia representação de qualquer atividade sexual e quase nenhuma discussão da matéria. Aqueles programas antigos presumidamente apresentavam "todas" situações familiares, pelo menos se você acredita o que alguns dos críticos da televisão de hoje agora nos diz. Mas a mensagem da "lavagem cerebral" era mais sutil. Não se confiava na imagem visual ou diálogo.

É importante nós façamos alguma distinção entre "amor" e "sexo". A realidade que a gente focaliza sobre o "sexo" ou "atividade sexual" quase sempre reflete um aviltamento das emoções fundamentais para o mais carnal. Devemos traçar uma distinção entre o que é comumente chamado "sexo" ou "amor", e o conceito do amor Cristão, conhecido como comunhão. Homem, diferente da besta, pode experimentar o amor, no seu sentido mais profundo, separado da ânsia instintiva dos animais, e para experiência de tal amor é pleno de extêse.

Não há separação da mente para tais emoções, nenhuma cisão entre emoção e razão, neste sentido mais fundamental do conceito do amor ou comunhão. Neste conceito de amor, como no amor do homem por Deus, que é a emoção fundamental, que verdadeiramente faz o homem humano. Dizer que toda sociedade humana é baseada fundamentalmente no amor humano de Deus e de seu semelhante não é incorreto.

Reduzir o amor a uma simples emoção, e ajudar a reduzir para atração sexual, é uma degradação do homem. O paradigma Freudiano e todos seus derivativos negam a existência do amor que é qualquer coisa diferente do carnal ou romântico. Qualquer outra espécie de amor e definido como neurótico, o produto de uma negação dos instintos basicamente animal dos homens. No sistema Freudiano, comunhão tem sido substituída por Eros, cuja ânsia carnal deve determinar todas as relações humanas.

Não há melhor exemplo da comunhão do que o amor e alegria que um pai experimenta vendo o desenvolvimento de seu filho(a) para um ser humano racional. As lágrimas de alegria que vem aos olhos dos pais quando veem um filho compreender alguma coisa pela primeira vez são indicativo de uma experiência emocional profunda. Esta experiência emocional fundamental coloca o homem no contato com sua identidade humana.

O objetivo dos "lavadores de cérebros" é destruir a comunhão, usando a televisão como sua arma. Durante um período de diversas gerações, a televisão guia o homem para destruir a Comunhão, e colocando como escravo de Eros.

Como declaramos, a televisão primitiva não era de nenhum modo sexualmente explícita ou igualmente implícita: A predominante moralidade dentro da sociedade, embora enfraquecida pela atividade hedonística (NT: busca do prazer a qualquer preço), ainda não toleraria aquilo. Ao contrário, o que era apresentado eram noções românticas ou nenhuma noção do amor de qualquer forma. Além disso, estudos feitos durante este período primitivo revelavam que a televisão reforçava os conceitos infantis acerca de que "meninos se encontram com meninas" e "paixão", os quais, por sua vez, reforçavam "conhecimento comum" entre crianças e adolescentes acerca das relações humanas. A turma da Escola de Frankfurt concebeu isto não apresentando nenhum conceito positivo de amor, eles estavam ajudando a "passar o pano para limpar o quadro", deixando a porta aberta para as imagens da maior degradação um pouco mais tarde.

Mas há um outro lado que ataca a comunhão, um com uma mensagem mais invisível. Emery e outros estudando a televisão primitiva constataram que programas como "Papai sabe tudo", "Ozzie e Harriet", e "Leave It to Beaver", tem um efeito secundário sobre os telespectadores infantis. Os pais ficcionais eram retratados como "perfeitos", sem falhas. As situações no mundo irreal eram realmente solucionadas tão perfeitamente. A tensão era então criada entre a imagem dos "pais perfeitos" que apareciam sobre o vídeo e os pais reais que viviam nos lares das crianças: O último nunca estaria altura do outro.

Entretanto, os pais, que assistiam estes programas com seus filhos, estavam vendo imagens de meninos que não eram nada semelhante ao real: Eles eram muitos "bons", tão bem comportados, tão respeitosos. Quando tentavam comparar seus próprios meninos com os filhos do tubo de imagens, eles achavam os seus deficientes.

Os "lavadores de cérebros" perceberam que isto era a primeira geração cujas imagens de pais e filhos estavam entrando em conflito com a realidade. Uma conclusão óbvia pode ser determinada: a mensagem da programação da televisão primitiva retornava na guerra de gerações no final dos anos 60, quando a tensão explodiu em fúria e violência.

Como a explosão de bebês atingiu a adolescência, foram bombardeados com notícias, as imagens mais degradantes do "amor", e "fazendo amor", as quais eram para preparar o caminho para as próximas fases da "revolução sexual". Somente 10 anos antes, as imagens e situações de "Amor, estilo Americano" ou "MASH" seria impensável colocar na televisão.

Uma nova imagem começou a entrar em cena: a separação de pai, mãe e filhos, a unidade fundamental pela qual a sociedade é reproduzida. No início da década de 1970, programas que apresentavam mães solteiras, casos extra conjugais, adultério, pessoas "vivendo juntas" fora dos laços do casamento eram muito difundidos. Sexo e referência sexual estavam no horário nobre.

Um estudo foi feito comparando uma semana de programas de horário nobre durante 1975, 1977 e 1978, os quais mostram como rapidamente a lascívia da América estava expandindo-se: "Conforme o contexto subentendido as relações sexuais aumentavam de nenhuma ocorrência semanal em 1975 para 15 em 1977 e 24 em 1978; alusões indiretas sexuais aumentaram na frequência de cerca de uma por hora em 1975 para 7 em 1977 e para 11 em 1978. Mais dramaticamente, as referências verbais de relações sexuais aumentaram de 2 ocorrências em 1975 para 6 referências em 1977 para 53[!] em 1978...".

Não é apenas o montante de sexo mostrado e referenciado na televisão, mas a mensagem que o acompanha. Por exemplo, no período primitivo da televisão, que nós definiremos para os nossos objetivos como antes da temporada de 1969, um estudo dado por uma equipe de pesquisa e publicado no excelente livro fonte "América assistindo TV(Watching America)", mostrou que 38 por cento

dos programas "apresentavam casos extraconjugais como errados". A proporção caiu para 7 por cento depois de 1970. Antes de 1970 nenhum dos programas retratavam sexo para recreação aceitável sem classificação (NT: nos EEUU as próprias televisões fazem uma classificação dos programas para o horário nobre). No mundo agitado do horário nobre dos anos 70 e 80, 41 por cento dos programas assistidos representavam sexo divertido como aceitável sem classificação (restrição de horário, idade etc), e 33 por cento não fizeram nenhum julgamento moral.

O mesmo livro comenta: "Sobre o vídeo da TV, sexo é habitualmente sem consequência, sem preocupação e raramente uma experiência má.

As imagens dos anos 70 estão retornando com vingança nos anos 80 e 90. Há um importante ponto ser dito aqui. Enquanto as mudanças nos valores não ocorrem do dia para noite, elas estão ocorrendo no passo progressivamente mais rápido. Isto faz com que os efeitos cumulativos da "lavagem cerebral" da televisão torne progressivamente a população amoral e imoral. Com o colapso da moralidade e sua derrubada, há menos resistência a sugestão no indivíduo.

Os autores de "América assistindo TV" adicionam a visão de Eros a Televisão (NT: Eros Deus da mitologia Grega mentor do desejo sexual), e que a mensagem é que a televisão fornece as vítimas para a "lavagem cerebral": "Hoje a televisão é tanto disposta a falar sobre sexo como dizer a verdade acerca de como a comunidade de Hollywood vem a verdade. Que a verdade é brutal, que o sexo é importante, necessita ser tratado em todas as suas expressões, e que retirá-lo do entretenimento popular estaria fazendo um desserviço a audiência de massa. De fato os reais vilões sobre a programação que se ocupa com os problemas sexuais são... a maioria moral que negaria ao romance sua expressão física natural, restringe a livre expressão e informações muito necessárias, ou condenam as vítimas sociais diferentes semelhantes aos gays e prostitutas que não são diferentes do resto de nós, exceto numa consideração menor -- suas vidas sexuais. Como o sexo extraconjugal, é um fato da vida, para o que uma diversão popular seria tola ignorar ou tratar moralisticamente de acordo com padrões fora de moda".

Eles comentam que a televisão, com seu poder, não necessita ser direta na sua defesa: "Como forma de conduzir um entretenimento de massa a televisão raramente monta barricadas. Ao contrário derruba barreiras uma por uma, estendendo gradualmente os limites da aceitabilidade social".

O modo satisfatório que esta "lavagem cerebral" tem funcionado e refletido em alguns relatórios do Bureau do Censo, baseado nos dados de 1990.

-Cerca de 61% de todos adultos são casados, comparado com 72% em 1970.

-Em 1970, 85% de todas as crianças de menos de 18 anos viviam com os dois pais; agora somente 72% o fazem. O divórcio causou 37% dos lares com um só pai(mãe). Em 33% de lares com um só pai(mãe), o pai(mãe) nunca casou.

Na reflexão sobre o infantilismo que agora assola a sociedade, estes relatórios também mostram que um grande número de jovens com a idade entre 20 e 30 anos continuam vivendo no lar com seus pais maior que qualquer tempo em história recente, seja sózinho ou casado e por circunstâncias econômicas.

"Lavagem cerebral" por Controle Remoto

Nos dias da televisão primitiva, o programadores dependentes de Hollywood eram diretamente influenciados pelos operadores da Escola de Frankfurt. Agora, maioria das pessoas responsáveis pela programação, tanto escrevendo e produzindo programas e determinando o que daqueles produzidos serão levados ao ar, estão aproximadamente na faixa de 35 a 45 anos de idade. Em outras palavras, os programadores tiveram seus cérebros "lavados" por 40 anos de programação de televisão! Para usar uma metáfora da televisão, "lavador de cérebros" agora tomou conta do controle remoto.

Isto é confirmado pelo perfil feito pelos autores de "América assistindo TV". Seu levantamento de um exemplo aleatório das 350 pessoas mais importantes na programação da televisão revela os valores da estrutura moral degradada daqueles que agora determinam o que você assiste:

-Aproximadamente 73 % desta turma procede tanto do corredor Boston-Washington como da Califórnia.

-Embora 93 % tem uma religião de criação (59 % eram judeus), 45 % não declararam filiação religiosa ou crença em Deus; daqueles que disseram que retinham alguma fé religiosa, disseram que suas filiações religiosas eram nominais; 93 % declararam que raramente ou nunca atendiam aos serviços religiosos.

-Aproximadamente 75 % se descreveram politicamente como a "esquerda do centro" e "liberal". Estes "liberais", entretanto, são fortemente adeptos da "livre empresa", e quase todos apoiam o "sistema de economia de livre mercado".

-Aproximadamente 43 % pensam que o sistema Americano de governo e a Constituição necessitam uma "completa reestruturação".

-Aproximadamente 91 % são favoráveis aos direitos irrestritos ao aborto; 80 % acreditam que não há nada errado ou anormal acerca da homossexualidade, com 86 % apoiando o direitos dos homossexuais de ensinar nas escolas publicas. Mais de 83 % pensam que casos extra conjugais estão corretos, enquanto 51 % não pensam que há qualquer coisa errada com o adultério.

Acrescentando, quase todos apoiam a agenda do ambientalismo radical em um grau ou outro. Nenhuma questão foi perguntada se acreditavam que o homem era um animal doméstico, mas outras respostas revelaram que suas respostas teriam sido um retumbante "sim".

Finalmente, perguntado quais dos grupos teriam maior influência na sociedade Americana, listaram o grupo de consumidores e intelectuais no topo e religiosos no fim da lista. Dois terços acreditavam que eram sua função programar entretenimento na televisão para promover "sua" agenda social.

Relembrando por um momento aqueles algarismos do Bureau do Censo sobre a família Americana, que mostrava na forma estatística o colapso da família. Não pode você vê a correlação entre aqueles números e os valores degenerados dos programadores da televisão?

Controle Remoto

Deixe-nos retornar ao conceito de controle remoto por um instante. Recuando aos primeiros dias da televisão, você tinha o que você adequadamente chamaria algo como "mãos sobre" a lavagem cerebral --- você teve o que foi exaltado pela Escola de Frankfurt operando fora de Hollywood, mensagens projetadas para programar a lavagem cerebral. Mas tais pessoas como Theodor Adorno compreendeu que este firme controle não seria sempre necessário para executar a tarefa. As mensagens de lavagem cerebral dos anos 50 e 60 foram respostas condicionadas na nova geração de programadores que começariam a ter impacto no conteúdo da programação nos anos 70 e 80.

O conceito operativo é similar ao que Adorno descreve com seu "retardamento forçado". Você cria uma sociedade baseada no infantilismo da maioria dos seus membros; aquela sociedade bombardeada com a televisão, torna-se progressivamente mais infantil, mais dissociativa, como aprendemos de Emery e seu colega Tavistockiano Eric Trist. Debaixo de tais condições, o então chamado indivíduos criativos, operando dentro da geometria infantil da sociedade como um todo, produz novas idéias que mais adiante alimentam os impulsos infantis, carnais dos indivíduos. Isto por sua vez mergulha a sociedade para um novo e mais baixo nível de pensamento: Pessoas tornam-se mais estúpidas, guiando- -se pelos estúpidos "líderes criativos".

A elite oligárquica, através do seu controle sobre a televisão e rede de cabos, bem como os studios de Hollywood, e os fluxos dos fundos de propaganda, mantem a totalidade do grupo de pessoas "criativas" num ambiente controlado. E deste modo indireto que eles exercem um veto autoritário sobre aquilo que está sendo difundido.

A nova comunidade social de New York-Hollywood de pessoas "criativas" funciona naquilo que os "lavadores de cérebros" chamam um grupo sem liderança: eles estão inconscientes das forças reais externas que os controlam, especialmente inconscientes de sua própria "lavagem cerebral" por 30-40 anos de assistir a televisão. Eles acreditam que são livres para criar, mas só podem legitimamente produzir banalidades.

Ultimamente, estes criadores da programação de nossa televisão retornam para sua própria experiência de "lavagem cerebral" e a utilizam para sua "inspiração criativa". Um produtor foi perguntado por um entrevistador como escolhia o que estava nos seus programas. "Eu penso na audiência constantemente", replicava. Mas quando perguntado para elaborar sobre como sabe o que agradaria, replicava, "Eu penso de mim mesmo como a audiência. Se me dar prazer -- eu invariavelmente penso que ira dar prazer a audiência".

Os autores de "América assistindo TV", que entrevistaram numerosos produtores, concorda com a conclusão, "O que você vê em qualquer programa de televisão reflete a moral e a consciência das pessoas para os quais programas tem influência".

O Governo Invisível

O poder que tais pessoas tem sobre nossas mentes e o modo como elas funcionam como um "grupo sem liderança" foi compreendido pelos teóricos originais de "lavagem cerebral" em massa. Eduard Bernays, sobrinho de Freud, quem foi treinado com Walter Lippmann na Casa de comportamento psicológico Wellington, unidade de combate na I Guerra Mundial, escreveu em 1928 num livro de propaganda:

"A manipulação consciente e inteligente dos costumes organizados das massas é um importante elemento na sociedade democrática. Aqueles que manipulam este mecanismo não visto da sociedade, constituem um governo invisível que é o verdadeiro poder dominante em nosso país".

"Nós somos governados, nossas mentes são moldadas, nossas preferências são formadas, nossas idéias são sugeridas grandemente por homens que nós nunca ficamos sabendo... Nossos governantes invisíveis são, em muitos casos, inconscientes da identidade de seus colegas membros do gabinete secreto".

"Qualquer atitude que se seleccione torna favorável esta condição e permanece o fato que quase todos atos de nossas vidas diárias, dentro da esfera política ou de negócio, na nossa conduta social ou pensamento ético, nos estamos dominados por um relativamente pequeno número de pessoas...os que compreendem os processos mentais e práticas sociais das massas. E eles que puxam os fios que controlam a mente do público, que aproveitam as forças sociais e inventam novos caminhos para refrear e guiar o mundo".

Um governo invisível atuando através do poder da "lavagem cerebral" da televisão para controlar o nosso mundo! Soa fantástico, mas depois do que nós temos mostrado a você, é impossível negar. É importante manter em mente: alguém é responsável pelo o que está acontecendo a você, como os costumes e a sociedade tem degenerado. E eles planejavam para acontecer deste modo.

Decodificando Algumas Mensagens

Agora nos estamos pronto para aplicar aquilo que temos apreendido. É tempo de observar um pouco os mais recentes programas para ver se nos podemos descobrir como você estão sendo "lavados mentalmente". Nos veremos se podemos descobrir as "mensagens invisíveis".

Deixe-nos iniciar com uma mensagem fácil. Consideremos um dos mais populares programas de crianças da televisão, um daqueles que cada um diz que seu menino tem que assistir para se ajustar com o sucesso e a sociedade: "Vila Sésamo". Você realmente o assiste sempre? Dado o que nós temos falado a respeito, que é a primeira coisa que você vê: O programa é dominado por criaturas semelhantes aos animais com características humanas, os famosos Muppets. Os símbolos são "Grande pássaro" e "Miss Piggy". Uma criança narra para estes bonecos como objetos reais, assim criando um laço entre a criança e as criaturas parecidas a animais domésticos. A mensagem invisível não é muita diferente de alguns programas anteriores de crianças que nos já temos discutidos.

Aquilo seria bastante ruim, mas, governado por um novo punhado de programadores e psicólogos de crianças, "Vila Sésamo" procura diretamente pregar para as crianças a marca da amoralidade. Os Muppets falam abertamente acerca das questões ambientais, enquanto também infunde uma dose pesada de "ser bom para Mãe Terra" no "ensino" do alfabeto e destreza na leitura. O show também infunde a música rock, ou "rock infantil" como é chamado. Mas recentemente, tem usado "rap music" como um "truque de ensino".

Tudo isto é vendido para pessoas num pacote de publicidade que diz aos pais que "Vila Sésamo" é uma "grande instituição de ensino. Tem sido incorporada nas salas de aulas como experiência para crianças do pré-escolar para cuidado diário para escola pública. Mas estudos demonstram que o show não faz aumentar o aprendizado; em muitos casos, parece inibir suas habilidades (das crianças) para compreender idéias mais complicadas. Mais importante, os estudos indicam que as crianças parecem "viciadas" ao show, e que o "viciado" torna-se viciado para assistir televisão de forma genérica.

Como Neil Postman, um professor universitário de New York, escreveu no seu livro "Divertindo nos mesmos para morte", "Se censuramos {Vila Sésamo} por qualquer coisa, é a pretensão que é uma auxiliar da sala de aula...{Vila Sésamo} não encoraja as crianças amar a escola ou qualquer coisa acerca da escola. Encoraja amar a televisão".

Alguns dos maiores defensores de "Vila Sésamo" são exatamente os críticos da televisão do tão chamados direitos fundamentais. Eles defendem porque não fazem exibição de violência ou sexo, e sustentam os "valores familiares". Nos mais recentes debates sobre fundos para televisão pública, o Senador Jesse Helms levantou-se para defender o "Grande Pássaro" da tribuna do Senado: "Se alguém deseja saber se Jesse Helms da Carolina do Norte vota para o Grande Pássaro, eu voto. E eu voto para {Vila Sésamo!}".

A maioria dos pais com os "cérebros lavados" da América concordam com o Senador Helms. Não vêem nada errado com o programa, porque "soa(som)" bem para eles -- contém a mesma cacofonia do ruído repulsivo que permeia cada aspecto de suas vidas. E, mais importante, mantem estes meninos "ocupados", enquanto eles estão sentados fixo ao tubo de imagem. Eles igualmente

encontram algumas das pequenas cenas de divertimento suave -- como elas são planejadas pelos produtores, que alegam que um bom terço de sua audiência são de adultos. Junto com seus filhos eles tem feito bens e serviços de "Vila Sésamo" uma industria de US\$ 1 bilhão, o que, diferente do resto da economia, está expandindo a cada ano.

E você não pense igualmente que é excêntrico que sua filha de 3 anos deseja crescer para ser exatamente semelhante a Miss Piggy! Examine aquele olhar fixo vazio na próxima vez que eles assistem a TV: veja o cérebro de seu filho sendo lavado.

Certo, nós tentaremos um outra coisa. Considere um daqueles "profundos" programas, aqueles assim chamados pelos críticos que dizem para você que são "socialmente relevantes". Como "Os Anos Maravilhosos". Aqui nos temos uma série a respeito do crescimento nos anos 60, da perspectiva de um adolescente.

O programa focaliza todo horror real daquele período? Mostra o caos, as drogas, a destruição, o colapso dos valores sociais, aquilo que temos falado? Nada é citado. Era tudo uma boa época que retorna então, ou conforme nos dissemos. Era repleto de problemas simples, semelhantes como se declarar para a menina que você tem uma paixão ou estilo de vida feliz de sua irmã ou como fazer seus pais não agirem tão "quadrados". E quando algum problema social entra no programa, é manipulado com a espécie de moralismo água com açúcar que tem mais haver com a corrente de degradação moral de seus produtores do que com a confusa história dos anos 60.

"Os anos Maravilhosos" são um retorno controlado para a explosão de bebês(geração nascida após a guerra) para que eles gostariam agora de "pensar" que os 60 foram os preferidos. Fazendo tal coisa, os produtores tem reduzido você a condição da suas emoções mais infantis e banais, e fazem você alimentar a nostalgia para eles. A mensagem invisível: Neste tempos difíceis, se mantem melhor ao ser fiel as lembranças e valores de um passado infantil. O programa liga um infantil de 40 anos a visão romanceada de sua adolescência, fazendo-o muito mais infantil. Pode igualmente fazê-lo ao folhear um daqueles velhos albuns de Jimi Hendrix.

"Os anos maravilhosos" são parte de um gênero conhecido como programas e filmes de "nostalgia". Foram produzidos para os adolescentes dos anos 1950s, chamado de "Dias felizes" os quais foram exibidos nos anos 1970s, e eles não duvidarão que produzirão para os adolescentes dos anos setenta, posteriormente, nesta década(1990).

Tente pensar de outro modo. Pense na televisão como um grande apagador, limpando sua memória real do passado, a realidade do modo como as coisas realmente foram. Como "o quadro negro agora está limpo", o vídeo sobrepõe uma visão torcida e distorcida daquela realidade através um apelo, não a sua razão, mas para suas emoções infantis. Se eles podem fazer a maioria do povo acreditar que os anos 1960s foram tudo quanto descrevem então sob o vídeo, então a televisão tem criado uma nova realidade, uma nova história.

Nos tomaremos um exemplo final, um dos mais populares programas: "Os Simpsons". Uma série de desenho animado acerca de uma família com três filhos, o mais velho sendo especialmente odioso e manipulatório (NT: tendência a manipular as pessoas). Os pais são descritos como centralizadores e estúpidos, e extremamente vulgares. Os odiosos meninos, especialmente Bart, são os heróis do programa, ao redor deles a trama se desenvolve. Isto é a imagem dos "lavadores de cérebros" para a família do anos 1990s: um período dominado e eficazmente por odioso, quase diabólica criança, que causa algum conflito com os pais vulgares.

A vida familiar de "Os Simpsons" tanto espelha como ajusta as percepções da realidade, a vida vulgarizada da família fora do vídeo: A experiência e intermediada através da televisão, que, explica o que está acontecendo com eles. No famoso episódio, o pai, Homer, vê a televisão relatar que um acidente aconteceu com ele, o que o motivou e a sua família tentar descobrir qual dos dois realmente ocorreu o acidente; no final, eles conduzem suas vidas dentro da conformidade com a imagem do vídeo. Como Homer, diz, "As respostas aos problemas da vida não estão por trás de uma garrafa. Elas estão na TV.

O programa é popular para todos os grupos de idade, mas tem culto entre as crianças e adolescentes. Bart Simpson é o herói de suas gerações, cujas faces aparecem sobre suas camisetas, cujos maneirismos e expressões de gíria eles adotam como suas. Mas não apenas os meninos; toda sociedade tem aceito Bart Simpson como modelo de personagem, de tal modo que é usado pelo governo para pregar uma mensagem anti-droga. O Presidente Bush o citou. Também o fez Bill Clinton.

A mensagem invisível de "Os Simpsons": Não existe moral real ou autoridade adulta neste mundo, salvo a televisão; em tal mundo, é a criança que deve se afirmar, afirmar seu direito de ser infantil; pais são incapazes, salvo para força bruta ocasional, para fazer qualquer coisa mas com consentimento. E a imagem da sociedade da "Laranja Mecânica" empacotada de um modo mais palatável; Bart Simpson é o brutal alterego de Alex (NT: Alex é o personagem maníaco da Laranja Mecânica).

É a sua vez

Agora, se você recordar quando nos iniciamos esta seção sobre programação, disse que perguntaria a você de alguma característica a defender de seu aparelho de TV. Bem, nos temos alcançado este ponto.

Desejo que você retorne para seu aparelho de TV pela primeira vez, para um experimento. Desejo que veja se pode encontrar a mensagem invisível nas séries do horário nobre. Exclua as programas de notícias e de resenha de notícias; será tratado em nossa próxima sessão. Mas considere algumas outras séries e veja se pode apanhar a mensagem invisível dos "lavadores de cérebros". Tente isto com pequenos programas.

Não se preocupe se cometer alguns erros. Pense acerca daquilo que temos ensinado em nossos estudos da televisão até aqui e faça uma tentativa.

É uma forma de terapia: Uma vez que você compreenda que está tendo o "cérebro lavado", sua mente ainda tem o poder de descobrir os meios pelos quais esta sendo executado. Use sua mente e você terá iniciado para se fazer menos capaz de sofrer a "lavagem cerebral". Mas seja cuidadoso: Não deixe que o aparelho de TV ligado por muito tempo! Lembre, assistir Tv por qualquer espaço de tempo -- por poucas horas -- fará você estúpido. Deste modo desligado depois tente de seu lado um pouco de desprogramação.

Quando nos falarmos novamente, explanaremos como as notícias da televisão e pesquisa de opinião evitam que você compreenda o mundo.

Desligue Sua TV--Parte VII por Lonnie Wolfe

Agora Vamos às Notícias...

Não vou nem perguntar se a televisão está desligada. Sei que está: ficaria muito surpreso se não estivesse, depois do que você aprendeu nos capítulos anteriores deste trabalho. Suponho, porém, que deva recordar as regras básicas para as pessoas que não acompanharam tudo que dissemos ou que estão chegando agora. Como ver televisão limita os seus poderes de compreensão, pedimos que o receptor seja desligado para que você possa se concentrar no que estamos dizendo. Assim, se há alguma TV por perto, não deixe de desligá-la.

OK, estamos prontos para começar. Nesta parte do nosso trabalho, vamos explicar como você sofre uma lavagem cerebral e é controlado pelas notícias que vê na televisão.

É Tudo Igual

"Mais americanos acompanham as notícias do ABC News do que de qualquer outro noticiário". E o que diz o anúncio do noticiário noturno dessa rede de televisão. Vamos mudar um pouco a frase: Mais americanos "acompanham as notícias" pela televisão do que por qualquer outro meio de comunicação. Este é o resultado de pesquisas recentes, mas a mesma coisa vem acontecendo há quase três décadas.

Das seis a oito horas por dia que os americanos passam em frente a seus receptores de televisão, uma a duas horas são gastas assistindo a noticiários ou programas relacionados as notícias. Em média, a maioria das pessoas assiste pelo menos um noticiário no início da noite, seja notícias nacionais ou locais, e depois um noticiário condensado no final da noite. Uma dona de casa geralmente assiste ainda a um noticiário "vespertino", assistindo ocasionalmente a noticiários continuamente entre 2 e 5 da tarde.

Estudos de preferência dos telespectadores, o mais recente realizado na primavera de 1991, mostram que se o aparelho de televisão está ligado na hora do jantar, entre 5 e 7 da noite, a probabilidade de que esteja sintonizado em um noticiário é maior do que 80 por cento...

A análise do conteúdo dos noticiários transmitidos nesse horário, tanto os nacionais como os locais, mostra que, de um canal para outro, as reportagens destacadas -- os chamados assuntos "principal" e "secundário" são idênticos em todos os aspectos principais. Ao passar de um noticiário para outro também podemos ver que além desses assuntos "principais", a maior parte das outras notícias também são praticamente iguais, variando apenas na ordem de apresentação. O texto lido pelos comentaristas também é muito semelhante, o que também acontece com as imagens que acompanham o texto.

Até a distribuição do tempo gasto em cada tipo principal de reportagem é idêntica em todos os canais. Um noticiário noturno de 30 minutos consiste em 22 minutos de "notícias". Todas as redes gastam seis a oito minutos com as notícias nacionais, quatro a sete minutos com as notícias internacionais, sete a dez minutos com as chamadas reportagens especiais e um a dois minutos com as chamadas notícias "leves" sobre espetáculos, etc. Os oito minutos restantes são dedicados a propaganda. A distribuição de tempo nos noticiários locais é semelhante. Não admira que poucos espectadores sejam capazes de identificar qualquer diferença de conteúdo entre os noticiários nacionais e locais das diferentes estações. Quando, em uma pesquisa recente, lhes foi pedido para mencionar uma diferença, a maioria só conseguiu citar o nome dos locutores ou comentaristas esportivos. Pense nisso por um momento: Toda noite, aproximadamente a mesma hora, quase todos os americanos entre 10 e 80 anos de idade assistem a mesma descrição do que aconteceu no mundo nesse dia. Lembre-se do que falamos, em um capítulo anterior, a respeito da máquina de propaganda do regime nazista. Agora você pode entender porque o ex-presidente da CBS, o falecido Bill Paley, disse uma vez que a televisão criava a possibilidade de "ser mais Goebbels do que Goebbels".

Os Noticiários

E o que é que você vê e ouve quando "assiste as notícias" toda noite? Um artigo do New York Times a respeito dos noticiários locais começa com a seguinte descrição: "Outra noite, outro pesadelo. O adolescente assassino dá lugar ao esfaqueador do metrô. O rosto da mulher que chora é trocado por um close de uma camisa suja de sangue. O incêndio de uma casa se transforma em um "inferno escaldante". O trânsito engarrafa. Crianças caem de janelas. Bebês morrem em tiroteios. Caçadas humanas são comuns.

"Ela matou por amor. Detalhes às Seis."

Todas as "histórias" são contadas de forma resumida. A maioria não leva mais que 30 segundos. Uma história comprida dura um minuto. Imagens acompanhadas por vozes. Entrevistas curtas, geralmente com apenas umas poucas frases. O segmento normal de 30 minutos pode relatar desta forma até 40 notícias diferentes, em um fluxo contínuo, interrompido apenas por reportagens ligeiramente maiores, seguidas por um noticiário esportivo e pela previsão do tempo. O mundo é assim? As imagens apresentadas correspondem a realidade, ou constituem apenas uma versão distorcida e editada de algo que o noticiário diz a você que é a realidade? Como saber?

Vamos fazer a pergunta de outra forma. Dado o modo como as notícias são apresentadas, em pequenas partes, será que o seu cérebro consegue refletir a respeito de uma dessas partes? Ou não acontece que você assiste ao noticiário sem pensar a respeito de nenhuma notícia, simplesmente absorvendo as "informações"?

Isso explicaria os resultados espantosos de alguns estudos conduzidos por especialistas em lavagem cerebral para definirem o perfil das pessoas que assistem aos noticiários da TV. Eles descobriram que o telespectador médio não consegue se lembrar dos fatos relativos as notícias apresentadas, mesmo apenas algumas horas depois do programa. Em vez disso, os telespectadores se recordam apenas de vagas generalidades a respeito do que viram, uma impressão geral sobre como é o mundo, de acordo com o noticiário: "Houve vários assassinatos. A economia vai mal e o presidente não está tomando nenhuma providência. Donald Trump arranjou uma namorada nova. Ah, sim, e os Mets perderam."

Os fatos lembrados estão relacionados a ligação emocional estabelecida pelo indivíduo com a totalidade do que está sendo noticiado. Assim, por exemplo, o medo associado ao aumento da criminalidade faz com que as notícias sobre crimes se "destaquem". Quando as notícias passam de fatos "concretos" para assuntos de interesse humano, a tensão diminui e as emoções infantis assumem o controle. Embora, como já dissemos, a maioria das pessoas não se lembre de quase nada do que viu, elas se lembram um pouco mais das histórias de interesse humano.

Os especialistas em lavagem cerebral chamam este tipo de memória de retenção seletiva. Eles dizem que a televisão faz as pessoas suspenderem sua capacidade de julgar criticamente. Quando uma pessoa está assistindo a um noticiário ou outro tipo de programa, a combinação de som e imagens coloca o indivíduo em um estado parecido com o do sonho, que limita os seus poderes cognitivos. Nessa situação, uma pessoa se limita a observar se o que ela vê e ouve, está de acordo com sua opinião a respeito do mundo.

Essas opiniões criadas pelos noticiários de televisão são tão poderosas que chegam a sobrepujar uma realidade contrária. Pense no noticiário a que nós referimos. Provavelmente, as notícias de "crime" foram a respeito de pretos matando pretos ou pretos matando brancos. Em um teste controlado, mostrou-se a várias pessoas uma reportagem sobre um homem branco que ameaçou um negro com uma navalha. Quando perguntados a respeito do que haviam visto, muitos entrevistados, tanto brancos como negros, e de várias idades, responderam que era o homem negro que estava com a navalha e estava ameaçando o homem branco!

A ordem das reportagens em um programa de notícias ajuda a programar este processo de percepção seletiva. A história mais chocante ou violenta do dia geralmente aparece em primeiro lugar, seguida por histórias cada vez mais amenas. Os especialistas em lavagem cerebral dizem que isto atribui as histórias uma ordem de importância. Isso não quer dizer que os programadores querem fazer

você pensar a respeito do que está vendo. Eles estão apenas estimulando você o suficiente para que receba a mensagem que estão transmitindo. Na verdade, assistindo as notícias durante todos esses anos, você se condicionou a esperar esse tipo de ordem. Você não precisa julgar o que é importante; e a primeira coisa que eles noticiam, certo? O resto serve simplesmente para tapar buraco.

Agora vamos voltar aquela história a respeito do que um espectador gravou depois de assistir a uma ou duas horas de noticiários. Na verdade, ele só conseguiu se lembrar de quatro notícias. A primeira era a respeito de crimes de morte, uma série de denúncias sobre violência em disputas internacionais, com alguns casos nacionais e locais de assassinato. Essa é a imagem principal: uma sociedade violenta e degradada.

Em seguida, temos a notícia a respeito da economia nacional e o Presidente. Esta é a principal reportagem nacional reduzida a sua expressão mais simples, carregada de medo. Esta é a imagem secundária transmitida pelo noticiário, que ajuda a reforçar o medo do dia-a-dia.

Em seguida vem um "grande incêndio", que foi provavelmente uma reportagem com imagens, perto do início das notícias locais.

Em seguida vem uma história de "interesse humano" a respeito de "Donald", a novela do caso Trump, que vem sendo exibida há vários meses, senão anos. A mera menção de tais histórias em geral é suficiente para fazer com que a maior parte dos espectadores se lembre de alguma coisa a respeito.

Finalmente, temos os resultados esportivos, para atender a obsessão dos espectadores com os times locais.

Qual é o princípio geral? Imagem principal: imagem degradante do homem como um animal, matando, roubando, estuprando. A violência como modo básico de existência. Imagem secundária: colapso econômico, medo e impotência, levando a uma sensação de desespero. As outras histórias lembradas tratam de obsessões infantis.

Esta, portanto, é a imagem do homem e sua sociedade que foi plantada nas mentes dos americanos que assistiram ao noticiário naquele dia. E assim que os especialistas em lavagem cerebral usam as notícias: não para informar, mas para plantar uma imagem da realidade nas mentes dos espectadores, uma imagem que não é discutida nem analisada, mas simplesmente assimilada.

O Culto da opinião Pública Os especialistas em lavagem cerebral compreendem muito bem está idéia de plantar imagens nas mentes dos espectadores. Eles chamam isso de formar a opinião pública.

Em um capítulo anterior do nosso trabalho, mencionamos uma citação de um livro de Walter Lippmann, o famoso comentarista. Explicamos que Lippmann participara de uma unidade de guerra psicológica mantida pelos ingleses durante a Primeira Guerra Mundial que estudara a manipulação da "opinião das massas". Lippmann era também um admirador e estudioso de Freud, e tinha ficado especialmente impressionado com o livro de Freud "Psicologia das Massas". Para nossa presente discussão, convém prestar atenção novamente na seguinte citação:

"A opinião pública lida com fatos indiretos, invisíveis, curiosos; não há nada de óbvio neles... As imagens dentro das cabeças desses seres humanos, as imagens de si próprios, de suas necessidades, propósitos, relacionamentos, são suas opiniões públicas. Essas imagens, quando influenciadas por grupos de pessoas, ou por indivíduos, agindo em nome de grupos, são chamadas de opinião Pública, com letras maiúsculas..."

Lippmann afirma que muitas das imagens são o que ele chama de estereótipos, ou seja, percepções genéricas compartilhadas por muitas pessoas: "Todos os negros são...", "Todos os italianos são..." Essa "estereotipagem" é possível, diz ele, porque as pessoas procuram explicações simples para problemas complexos, porque preferem considerar cada indivíduo como parte de algum grupo social. "Todo mundo sabe que todos os alemães são..." A estereotipagem, que resulta de preconceitos raciais e outros preconceitos e é reforçada pelos meios de comunicação, torna-se o meio principal para comunicar a imagem do homem entre grupos de homens dentro da sociedade.

Lippmann escreveu isto antes do advento da televisão. Seus trabalhos posteriores descrevem o potencial do rádio para colocar essas imagens nas mentes das pessoas. Mas a televisão, com sua capacidade de fornecer mensagens simultâneas de áudio e de vídeo, é capaz de criar imagens ainda mais poderosas do que o rádio. E a televisão, como afirmamos, tem a capacidade de inibir o julgamento crítico das informações fornecidas.

Lembra-se de Hal Becker, o especialista em lavagem cerebral do Futures Group, que chamou o homem de "homo the sap"? Becker afirma que através do controle dos noticiários da televisão, ele é capaz de criar opinião pública noite após noite, e através do controle da opinião pública pode manipular a forma como você pensa a respeito do mundo em que vive. Escute o que ele tem a dizer a

respeito de como é fácil moldar suas opiniões: "Os americanos pensam que são governados por alguns burocratas em Washington que fazem as leis e distribuem o dinheiro. Como se enganam! Os americanos são governados por preconceitos e seus preconceitos são organizados pela opinião pública... Pensamos que tomamos nossas próprias decisões a respeito de tudo. E muita pretensão de nossa parte. É a opinião pública que toma decisões por nós. Em geral, fazemos o que pensamos que a opinião pública acha que devemos fazer. Ela age sobre o nosso instinto de rebanho, como se fossemos animais assustados."

Antes de continuarmos a discussão a respeito de como isso é feito, precisamos examinar o que está por trás da afirmativa arrogante de Becker de que é manipular você. Para isso, vamos mostrar como você age parecido com o animal que ele afirma que você é.

Abortando a Busca da Verdade

Todo progresso humano está baseado na busca da Verdade eterna. O Homem, ao contrário das outras espécies animais, foi criado a imagem do seu Criador, o Deus vivo. Recebeu do Criador a Centelha Divina da razão, que lhe dá a capacidade de aperfeiçoar seu conhecimento do universo. O Homem procura a Verdade, e em sua busca da Verdade, aprende o que é eterno no universo.

A medida que o homem aperfeiçoa seus conhecimentos, ele começa a compreender que algumas coisas que acreditava serem verdadeiras, na verdade não o são. Mais importante ainda: ele compreende que as hipóteses por trás da forma como ele acreditava que as coisas que são verdadeiras não estão corretas. O homem, usando seus poderes racionais de julgamento moral, muda voluntariamente as hipóteses que estão por trás da forma como ele pensa. Assim fazendo, o homem se torna cada vez mais humano, mais diferente dos animais, que não podem raciocinar.

Depois que seu poder de julgamento é moralmente obtido nos ensinamentos morais da religião judaico-cristã, o Homem é compelido a buscar a Verdade como seu objetivo mais nobre. Agindo nesse sentido, a religião fornece ao Homem uma identidade que está fora do alcance do culto da opinião pública. O Homem deve fazer o Bem, da forma como o entende em relação a Palavra de Deus. Deve prestar contas apenas a seu Deus e jamais se curvar a opinião pública.

Os especialistas em lavagem cerebral e destruidores de mentes do Instituto Tavistock e da Escola de Frankfurt concentraram muito do seu poder de fogo na tarefa de destruir as relações do Homem com seu Deus, porque, assim o fazendo, destroem a capacidade do Homem de exercer julgamentos morais.

Pessoas como Hal Becker, Fred Emery e Eric Trist, além do diabólico Sigmund Freud, e todos aqueles que acreditam que os homens não são diferentes dos animais, precisam negar a existência e relevância de um Ser superior, para tornar todos os homens moralmente insanos.

Freud tinha desprezo pela religião organizada, e especialmente pela Igreja Católica, exatamente porque ela dava ao homem um propósito moral elevado, porque reforçava a consciência moral do homem definindo uma relação entre o homem e seu Criador que se baseava na verdade universal. Freud considerava neuróticos os apóstolos cristãos, que se recusavam a ser desviados do trabalho de Deus pela opinião popular de sua época; na sua opinião, eles eram pessoas desajustadas, que inventavam histórias para enganar outras pessoas...

Freud e outros que o seguiram reduziram a religião a ideologia, a uma de muitas opiniões conflitantes a respeito de como o mundo trabalha. Freud afirmou que ela não seria, a longo prazo, uma ameaça a sua visão do homem, já que, roubado de seus objetivos morais elevados, o homem, a medida que a sociedade se tornasse mais perversa e complexa, passaria a ver a religião como um guia ineficaz para sua existência; ela se tornaria uma visão da minoria, uma opinião da minoria.

Os sucessores de Freud, como Trist e Emery, também negaram a existência da Verdade universal, e profanamente afirmaram que tinham o poder de criar a realidade, ou, mais precisamente, de impor imagens da realidade nas mentes soberanas dos indivíduos. Para eles, todo o pensamento do homem se reduz a opinião individual. A maioria dessas opiniões individuais se torna a opinião popular, que estabelece a forma como as "massas" devem agir.

Neste sistema, o máximo a que se pode aspirar é conhecer a opinião popular. E isso que se consegue toda noite, durante uma ou duas horas, assistindo aos noticiários. Becker e colaboradores consideram a televisão, e especialmente os noticiários de televisão, como um deus, um criador da opinião das massas. Emery e Trist compararam ver televisão a uma experiência religiosa, através da qual o homem recebe o "logos", as notícias.

Usando os parâmetros da mesma psicologia de massa Freudiana que definiram as experiências dos nazistas no campo da lavagem cerebral, encararam a experiência de ver televisão como um processo de massa organizado externamente. Pessoas em tais circunstâncias, segundo Freud, tendem a identificar seus próprios pensamentos e desejos com o que consideram como pensamentos e

desejos das pessoas envolvidas no mesmo processo. Em outras palavras, sua identidade passa a depender do que os outros pensam a respeito deles e do que eles pensam a respeito dos outros. E o que os especialistas em lavagem cerebral chamam de ser dirigido por um desejo constante e ilimitado de agir como você imagina que os outros querem que você aja.

A televisão, com sua presença constante e poderosa, ao mesmo tempo que cria a opinião pública também lhe dá validade. Ela pode fazer isso porque as pessoas se tornam tão dirigidas pelos outros que abandonam a busca da verdade. "Se é fato, então acredito", diz o homem em um anúncio de cerveja. Alguém lhe contou que essa cerveja é mais popular que uma outra marca conhecida. "Ei, eu vi isso na televisão", ele diz. "Deve ser verdade".

Deve ser verdade. Por que? Porque eu vi na televisão. Como poderiam mentir os sons e imagens da televisão? Eles estão bem ali, na sua sala. Como diz Becker, "o mundo está naquela caixa. E está ali toda noite." Bem, na verdade está bem mais tempo do que isso: seis a oito horas por dia.

Este é um poder que o ministro da propaganda nazista Josef Goebbels podia apenas imaginar, com o qual podia apenas sonhar. Agora, está nas mãos dos especialistas em lavagem cerebral. E no entanto a maioria assiste e, o que é mais importante no caso das notícias, aceita como realidade o que é apresentado.

O Que Você Sabe, Realmente?

Vamos agora falar da programação de notícias de um ponto de vista diferente, para mostrar até que ponto pode chegar a lavagem cerebral.

Em 9 de junho de 1992, Lyndon LaRouche ganhou a eleição prévia do Partido Democrata para a presidência da república no estado de Dakota do Norte. Você viu alguma coisa a respeito nos noticiários das redes de televisão ou na parte dos noticiários locais dedicada as notícias nacionais? Nem uma palavra, certo? Sem dúvida se tratava de uma "notícia importante", a de que um homem se candidata a Casa Branca da cela de uma penitenciária federal, onde é mantido como prisioneiro político, e consegue ganhar uma eleição prévia de um dos dois maiores partidos, mesmo que seja em um estado pequeno e na fase final das eleições prévias, quando os candidatos dos partidos já estão praticamente definidos.

Entretanto, LaRouche não deveria ter ganho aquela eleição prévia. Por isso, os noticiários de televisão de todo o país se recusaram a relatar o fato e muito menos comentá-lo, não combinava com o que eles estavam informando que era a opinião pública a respeito dos rumos da campanha. Assim, a menos que você seja um leitor deste jornal ou tenha visto por acaso uma curta notícia de jornal sobre o assunto, provavelmente jamais teve conhecimento do acontecido. Os noticiários de televisão esconderam a realidade.

No dia seguinte, enquanto os noticiários de televisão ainda se recusavam a validar a vitória de LaRouche relatando-a aos espectadores, houve uma luta frenética para simplesmente mudar os resultados. Mudando alguns votos aqui e ali, novos resultados foram anunciados que davam LaRouche como segundo colocado e Ross Perot como primeiro; um resultado ainda expressivo para LaRouche, mas com Perot ganhando, algo mais compatível com a imagem da campanha eleitoral que os canais de televisão queriam passar para os espectadores.

O que estou querendo demonstrar é que os noticiários não praticam lavagem cerebral apenas no que escolhem para relatar de forma distorcida e com uma "menagem" implícita, como já foi discutido. Como fonte mais importante de informações, eles limitam o conhecimento dos espectadores pelos fatos que decidem não relatar e ignorar.

Vejamos outra imagem: imagine que você coloca a cabeça dentro de um saco e o mundo passa a ser descrito para você por alguém que lhe diz o que está vendo. E assim que funcionam os noticiários, e você os tolera e acha que eles dizem a "verdade". Os seus vizinhos fazem a mesma coisa, influenciados em parte pela sua atitude.

Assim, se você não viu uma coisa na televisão, e porque ela não aconteceu. E se ela de fato aconteceu, e não chegou aos noticiários, e porque não era importante. Parece uma conclusão infantil e estúpida, não parece?

Vamos voltar por um momento a cobertura do estado da economia. E preciso reconhecer que existem limites para o poder da televisão de anular a realidade. Os noticiários de TV podem alterar a sua percepção da realidade, mas não podem, como afirma o arrogante Hal Becker, do Futures Group, mudar a realidade. Se aconteceu alguma coisa no mundo, simplesmente porque não foi noticiada na televisão não quer dizer que não tenha acontecido.

Se os noticiários de TV deixassem de noticiar que uma avalanche estava descendo sobre sua cidade, isso não o impediria de ser soterrado pela avalanche. Você poderia ficar muito zangado se acontecesse alguma coisa com você que poderia ter sido evitada se você

fosse avisado com antecedência. Da mesma forma, você ficaria muito zangado se descobrisse alguma mentira no noticiário da televisão, se algum repórter afirmasse alguma coisa e você soubesse com certeza que a informação era falsa.

Isso é precisamente o que estava acontecendo com a economia. Durante vários anos, os noticiários de televisão afirmaram que a economia americana estava em boa forma. Isso parecia estar de acordo com o que a maioria das pessoas estava observando. Era a opinião da maioria a respeito da economia. Entretanto, o estado da economia não é uma questão de opinião. Ele pode ser avaliado medindo-se a produção das fábricas, fazendas e minas e analisando-se a infra-estrutura, os serviços e a tecnologia necessários para sustentar essa produção. De acordo com essas medidas objetivas, a economia americana tem estado em decadência desde 1972, aproximadamente.

Espera um momento, diga você, isso é impossível, ninguém me falou nada a respeito. É verdade... os noticiários de televisão jamais colocaram as coisas dessa forma. Em vez disso, apresentaram indicadores distorcidos e "massageados" que se propunham a provar exatamente o oposto.

Há cerca de três anos, a realidade começou a se impor, aparecendo com a força de uma avalanche de más notícias: bancos começaram a fechar, o desemprego aumentou e o mercado imobiliário entrou em crise. Os noticiários de televisão continuaram a não relatar a extensão total da crise econômica.

Com o agravamento da crise econômica, as pessoas que controlam os noticiários de televisão se viram diante de um dilema: ou mudavam o tom das notícias, para que refletissem melhor o que estava acontecendo, ou começariam a perder credibilidade. Só nessa altura foi que os noticiários começaram a mudar. Nos últimos meses, os noticiários já tem falado em crise econômica, mas ainda não reconhecem que o país se encontra em uma depressão.

Qual foi a lembrança daquele homem que tinha assistido ao noticiário? "A economia vai mal e o presidente não está tomando nenhuma providência". O noticiário da TV criou essa imagem, que reflete a realidade de forma mais ou menos precisa, embora limitada. Há cerca de 18 meses, os noticiários noturnos começaram agressivamente a associar as imagens de colapso econômico - demissões, falências de bancos, queda no mercado imobiliário, crise nas prefeituras - as políticas do governo Bush e ao próprio George Bush.

Pense no que aconteceu um mês ou dois depois que terminou a guerra do Iraque. Daquele ponto em diante, a imagem de Bush, o novo Herbert Hoover, foi associada ao colapso econômico. Se você se lembra do que dissemos anteriormente, os noticiários de televisão se preocupam não em fazer você pensar a respeito do que está acontecendo, mas em lhe fornecer uma imagem da realidade carregada de emoção, que serve para evitar que você pense. Bush agora funciona como objeto de ódio para algumas pessoas, por ser causa dos seus problemas, e como um tolo inconsequente para outros; de uma forma ou de outra, ele se torna uma das causas do colapso econômico.

Tudo isto é necessário para continuar a manter você sob controle, para evitar que você pense no que está acontecendo.

Como os especialistas em lavagem cerebral souberam que estava na hora de mudar de tática? Eles usaram os resultados das pesquisas de opinião pública. Foi você que disse a eles que a economia o estava deixando preocupado.

Para Que Servem as Pesquisas de opinião

Os especialistas em lavagem cerebral vem analisando a população americana há quase 70 anos. As pesquisas de opinião pública investigam todos os aspectos da sua vida, todos os seus gostos e aspirações, para ter uma idéia do que se passa dentro da sua cabeça.

A origem das pesquisas de opinião pública está na manipulação da opinião pública estudada durante a Primeira Guerra Mundial em Wellington House por um grupo que incluía Walter Lippman e Eduard Bernays, sobrinho de Freud. As pesquisas tinham dois objetivos. Primeiro, fornecer um perfil detalhado dos preconceitos de uma população-alvo; esses preconceitos, como Lippman e Bernays explicaram, se tornam a base para campanhas de lavagem cerebral. Segundo, os resultados de pesquisas bem planejadas, aplicados de volta a população através dos meios de comunicação, servem para moldar a opinião.

O pensamento criador não pode ser medido em termos quantitativos. É impossível estabelecer uma correlação estatística que informe a alguém se uma idéia é melhor ou pior do que outra, se deve ser considerada útil, importante ou verdadeira.

As opiniões, porém, podem facilmente ser quantificadas. Você pode perguntar a um grupo de pessoas o que pensam a respeito de uma determinada questão, ou se acham que uma determinada afirmação é verdadeira. Você analisa as respostas e obtém números

concretos. Tantas pessoas concordam, outras tantas discordam. O número maior se torna o consenso, que representa a opinião da maioria. Entretanto, mesmo que a maioria tenha uma certa opinião, isso não quer dizer que está opinião esteja certa.

Se fosse feita uma pesquisa de opinião pública no primeiro milênio, certamente a opinião da maioria, o consenso, seria de que a Terra é o centro do universo. Uma pesquisa realizada nos dias de hoje, sob a influência perniciosa dos Freudianos e outros, poderia indicar que o homem é apenas mais um animal ou mesmo que é o mais destrutivo de todos os animais. Nenhum desses dois resultados tem nada a ver com a Verdade, no sentido em que discutimos a Verdade.

Pessoas como Lippmann e Bernays, especialistas em pesquisas de opinião como George Gallup e Lou Harris e outros que vieram depois deles abandonaram a Verdade como critério de julgamento. Quando alguém nega a Verdade Universal, como explicamos que eles fazem, o próprio conceito de verdade perde o sentido. Se não existe nada que seja eterno, nada que seja universal, então existe apenas o que as pessoas hoje consideram como verdadeiro. Existem apenas opiniões.

Emery e Trist, refletindo o pensamento por trás das pesquisas que orienta sua execução, afirmam que durante os últimos 50 anos a sociedade americana tem se unido em torno do conceito de que "nos todos nos comportamos de acordo com o consenso". Os americanos, dizem eles, são tão dependentes uns dos outros que não ousam romper este contrato social. Eles se sentem forçados a fazer o que os outros acham que devem fazer; agir de outra forma produziria conflitos psicológicos. Procuramos o conforto do consenso, dizem eles, "porque ele dá sentido as nossas vidas". Podemos apenas medir como estamos nos saindo em relação ao que nos dizem que são as normas, e essas normas resultam principalmente de pesquisas de opinião.

Pesquisas Tendenciosas

"Se você quer que o povo americano acredite em alguma coisa, tudo que precisa fazer é arranjar uma pesquisa que apoie o seu ponto de vista e divulgá-la, de preferência na televisão." Quem disse isso foi Hal Becker, do Futures Group.

Becker disse ainda que ele e outros especialistas em lavagem cerebral eram capazes de planejar uma pesquisa que apoiasse qualquer idéia que quisessem. Tudo está na maneira como as perguntas são formuladas, garantiu.

Sera que isso é verdade, ou Becker está exagerando? E realmente tão fácil assim manipular a opinião pública? Para tirar a dúvida, vamos fazer uma pequena pesquisa de opinião entre nossos leitores. Eu afirmo que a maioria dos americanos sofre algum tipo de lavagem cerebral quando vê televisão. Você concorda? Bem, espero ter apresentado argumentos suficientes nesta série de artigos para convencê-lo de que isto é verdade. E se você não tivesse lido estes artigos? E se alguém no metrô chegasse para você e fizesse a mesma pergunta, antes que você lesse qualquer um dos meus artigos? Qual teria sido a sua resposta? Você provavelmente teria dito que não concordava com a afirmação. Por que? Por que a sua percepção, validada pelas opiniões dos outros, e a de que os americanos não sofrem lavagem cerebral quando vêem televisão.

Agora vamos mudar ligeiramente a pergunta. Alguém lhe diz: "De acordo com uma pesquisa recente, 85 por cento dos americanos acha que a televisão é a melhor fonte de notícias verídicas disponível. Você concorda? Lembre-se de que você não leu meus artigos. Qual seria a sua resposta? Provavelmente você diria que concorda, sem muita hesitação.

Por que você responderia dessa forma? Em primeiro lugar, pelo modo como a pergunta foi formulada: os resultados da pesquisa sugeriram uma resposta. Disseram a você que 85 por cento dos seus vizinhos achavam que "a televisão era a maior fonte de notícias verídicas disponível". A pergunta apresentada na pesquisa, ou a própria pesquisa, estava simplesmente pedindo a você que cerrasse fileiras em torno de um consenso já existente. E o chamado efeito comboio, e é um dos truques mais usados pelos pesquisadores de opinião. Com a pergunta formulada dessa forma, é provável que você nem tenha pensado no mérito da pergunta, isto é, que tenha parado para pensar se as notícias de televisão são verídicas ou mesmo constituem a melhor fonte de notícias verídicas.

Estou certo também de que você não desconfiaria que o resultado da pesquisa era forjado. Isso só aconteceria se essa afirmação fosse radicalmente contrária a sua percepção da opinião pública. Entretanto, a apresentação de resultados de pesquisas definindo esse consenso tenderia a evitar que isto ocorresse.

Assim, acho que você pode ver com que facilidade os pesquisadores de opinião podem induzir o público a apoiar o que podem ser afirmações totalmente falsas. Becker na verdade não estava exagerando, estava?

Com o passar dos anos, desde o tempo de Bernays e Lippmann, tem havido mudanças nas tecnologias usadas para fazer pesquisas de opinião e divulgar os resultados. Entretanto, o método básico, definido pela "psicologia Freudiana das massas" permanece o mesmo: apelar para o que existe de mais infantil e portanto mais animalesco no homem, e portanto dispensar ou abolir os poderes do raciocínio criador, informados por julgamentos morais.

As perguntas das pesquisas de opinião pública, que começaram na década de 1920, sempre tiveram por objetivo, não descobrir o que as pessoas pensavam a respeito de um dado assunto, mas quais eram suas emoções; essas perguntas na verdade dispensam o pensamento e são planejadas para estimular uma resposta instintiva, irracional. A opinião pública é portanto baseada na emoção.

Vejam um exemplo de como as pesquisas de opinião pública foram usadas, juntamente com as notícias de televisão, para mudar a forma como os americanos encaravam o programa espacial. Em primeiro lugar, vou falar sobre algumas coisas que não foram noticiadas na televisão.

Em meados dos anos 60, o Instituto Tavistock, por encomenda da NASA, fez um estudo dos efeitos do programa espacial sobre a população americana. Ele descobriu, consternado, que o programa espacial produziu um grande número de cientistas e engenheiros, que por sua vez estavam difundindo sua atitude positiva, seu otimismo cultural para segmentos maiores da população. As pesquisas, que atingiram várias camadas da população, mostraram que o sucesso do programa espacial produziu uma nova confiança na capacidade da ciência para resolver problemas, uma visão da sociedade segundo a qual não havia limites para o desenvolvimento ou para a possibilidade de ampliar o domínio do homem sobre a natureza.

Essa visão não atendia aos interesses da elite que domina nossa sociedade e que usa especialistas em lavagem cerebral como os que fizeram a pesquisa. Eles não podem tolerar uma sociedade americana cuja perspectiva moral esteja ligada a idéia de progresso científico, a idéia de que o progresso e a esperança possam ser estendidos a todas as camadas da sociedade, desde os operários especializados até as donas de casa e as crianças recém ingressadas na escola. Isso ameaçava desfazer os efeitos de 20 anos de lavagem cerebral pela televisão, pois qualquer sociedade cujos valores são moldados pelo progresso moral humano não pode ser facilmente manipulada.

Existem indícios de que este relatório, que recebeu o nome de Relatório Rappoport, por causa do autor, um funcionário do Instituto Tavistock, serviu de base para a decisão de desativar o programa espacial, tomada no início da década de 1970. Esta decisão foi seguida por um grande número de pesquisas de opinião a respeito da utilidade do programa espacial.

Era necessário fornecer ao público informações que o ajudassem a repensar o que ocorreu durante o período em discussão. É importante que você compreenda que existe um "governo invisível", como Bernays o chamou em uma citação já mencionada, que se preocupa em moldar a opinião do público através da televisão e outros meios de comunicação, e que através do controle e manipulação da opinião popular está destruindo nossa nação e mais de 2.000 anos de civilização cristã ocidental.

Agora quero que você pense em 1969, nos dias que se seguiram a chegada dos americanos a Lua, enquanto milhões de pessoas os observavam da Terra. Sua reação imediata foi sentir um grande orgulho pelo país, mas, mais importante ainda, alegria pelo fato de o homem ter dado um passo tão ousado no universo. Isso reforçou sua crença no poder da criatividade humana de resolver problemas fundamentais da ciência e lhe deu confiança de que o futuro do homem, de todos os homens, era um futuro brilhante. Você se sentiu otimista.

Entretanto, tudo isso mudou. Pouco depois, o pouso na Lua foi eclipsado nos meios de comunicações por uma orgia satânica da contracultura chamado Woodstock; mais tarde, começaram os violentos protestos contra a guerra do Vietnã. Mas procure pensar nas semanas que se seguiram ao pouso lunar. As primeiras pesquisas do Instituto Harris e do Instituto Gallup começaram a informar as pessoas que, na opinião dos seus vizinhos, o programa espacial já cumprira sua finalidade. Era considerado não essencial, com um orçamento milionário, enquanto programas mais úteis e menos esotéricos na Terra careciam de fundos; esses resultados de pesquisas de opinião, largamente divulgados na época pela televisão, foram complementados por reportagens sobre a pobreza e o caos nos Estados Unidos e por imagens da contracultura, cujos porta-vozes em Woodstock exigiam um "fim para o desperdício de dinheiro" no programa espacial, antes mesmo que a poeira da Lua assentasse.

Os pesquisadores de opinião formularam sua pergunta da seguinte forma: o pouso na Lua foi uma grande realização científica. Entretanto, alguns cientistas afirmam que tudo que o homem fez na Lua poderia ser feito ainda melhor por máquinas. Dados os grandes déficits orçamentários e a necessidade de gastar dinheiro em programas aqui na Terra para ajudar os necessitados, você acha que o programa espacial, em sua forma atual, é essencial ou não essencial?

É uma estranha maneira de formular a pergunta, mas a única que conseguiria os resultados desejados. Se perguntassem a população americana em 1969 se apoiava o programa espacial, certamente ela teria respondido com um sonoro "Sim!"

Em vez disso, uma maioria de americanos confusos, concordando com a primeira afirmação a respeito da grande realização científica, e sem muita certeza sobre a segunda, já que "alguns cientistas" pareciam por em dúvida a necessidade de voos espaciais tripulados, e se sentindo culpados em relação a terceira, acabaram concordando que o programa espacial talvez fosse não essencial.

Em outras pesquisas, a pergunta foi se os americanos não estariam concedendo aos cientistas um controle excessivo sobre a vida dos cidadãos. Essas pesquisas tentavam se aproveitar do conhecido temor irracional que os americanos sentem em relação aos radicais de direita; os cientistas responsáveis pelo programa espacial estavam sendo colocados no mesmo saco que os intelectuais liberais.

Os resultados dessas pesquisas foram divulgados durante vários anos nos noticiários de televisão, condicionando os americanos a aceitar grandes cortes no programa espacial, que foram iniciados em 1970-71, embora a maioria dos americanos não apoiasse esses cortes quando o processo começou!

Opinião Instantânea

Hoje em dia, as redes de notícias dispõem de um sistema de pesquisas de opinião particular, recorrem a um sistema ligado a um jornal, como o New York Times e o Washington Post, ou usam os resultados de um instituto de pesquisas de âmbito nacional, como o Gallup e o Harris. De qualquer forma, são capazes de responder quase instantaneamente a novos acontecimentos, informando a audiência qual é a opinião da maioria a respeito do fato que estão divulgando. Desta forma, o espectador fica sabendo qual deve ser a opinião correta a respeito de um dado assunto.

Pense em qualquer notícia recente. Lembra-se da última convenção do Partido Democrático ou do Partido Republicano? Enquanto você assistia, a televisão fornecia os resultados de uma pesquisa de opinião que revelava o que os americanos pensavam a respeito do que estava acontecendo.

Agora procure se lembrar de como você reagiu a tudo isso. Você ouviu o discurso de Clinton na convenção do Partido Democrático e não ficou impressionado. Entretanto, o comentarista político, armado com os resultados de uma pesquisa de opinião, informou a você que os americanos tinham gostado muito. Você começou a pensar a respeito do que acabara de ouvir: você não é diferente dos vizinhos; logo, sua opinião deve estar errada. No final da noite, você já estava começando a desconfiar que o discurso talvez tivesse sido bem melhor do que parecia a primeira vista. Observe que nada mudou; você simplesmente se colocou do lado da opinião pública. Na manhã seguinte, quando alguém lhe pediu a sua opinião a respeito do discurso de Clinton, você se limitou a repetir os resultados da pesquisa divulgada na noite anterior.

E quem foi que determinou essa chamada opinião pública? Em geral, as pesquisas de opinião se baseiam em entrevistas com um número muito pequeno de pessoas, que supostamente constituem uma amostra representativa da população. O número total de pessoas entrevistadas a respeito do discurso de Clinton, por exemplo, não chegou a 1.000.

Pense de novo na sua reação ao discurso. Clinton não disse nada que prestasse: essa foi a sua primeira impressão. Entretanto, na pesquisa de opinião, a pergunta não foi se Clinton tinha dito alguma coisa importante, ou mesmo se tinha dito alguma coisa. O que perguntaram foi se as pessoas achavam que o discurso seria útil para a campanha, uma questão relacionada apenas remotamente com o conteúdo do discurso.

Esses resultados foram anunciados na televisão como se significassem que, na opinião da maioria dos americanos, Clinton fez um "bom discurso."

Essas mesmas pesquisas mostram que os americanos são fascinados pelas estatísticas associadas às pesquisas. Os resultados de pesquisas que aparecem nos noticiários vespertinos estão entre os segmentos mais populares desses programas e são lembrados pelos espectadores de forma mais fiel do que outros tipos de notícias.

Isto nos leva ao último ponto que queremos destacar a respeito das pesquisas de opinião. Em algumas das primeiras pesquisas de opinião pública, realizadas pelo pessoal de Tavistock na década de 1930 e no início da década de 1940, eles descobriram que nossos cidadãos dirigidos por outros, que baseavam sua opinião a respeito de um determinado assunto na contagem das opiniões dos amigos, eram mais suscetíveis a acreditar em alguma coisa se ela fosse apresentada como uma verdade estatística.

Os resultados das pesquisas são apresentados como resultados de jogos de futebol: existem ganhadores e perdedores, e a contagem revela quem ganhou e quem perdeu. Estudos mais recentes da reação das pessoas às pesquisas confirmam o seguinte: quando as perguntas são formuladas e propostas de tal forma que tem que haver um "ganhador" e um "perdedor", as pessoas tendem a prestar mais atenção nos resultados e a gravá-los melhor.

Recentemente, foi realizada uma pesquisa perto de Columbus Circle, em Nova York. O entrevistador, de prancheta na mão, foi visto se aproximando de alguma coisa sobre patins, com um Discman da Sony nos ouvidos. O entrevistador tentou fazer suas perguntas, mas era óbvio que não estava sendo ouvido. Finalmente, colocou a prancheta diante da cara do estranho, que fez que sim com a cabeça e apontou suas escolhas na prancheta. O entrevistador sorriu enquanto a pessoa se afastava, a cabeça balançando ao ritmo

da música que ecoava em sua cavidade craniana. O entrevistador se dirigiu para o próximo entrevistado, alguém que estava deitado em um banco do parque. Uma recente pesquisa da CBS News-New York Times revela que a maioria dos americanos aceitaria que a população do mundo fosse reduzida em um bilhão de pessoas, afirma Dan Rather no programa Evening News. E "é assim que as coisas são". Será mesmo?

**** Desligue sua TV -- Parte VIII por Lonnie Wolfe**

Agora Novas Notícias...

Agora estamos pronto para falar a respeito das notícias se programando, para mostrar como você é planejado para lavar seu próprio cérebro.

Relembre que nós dissemos que o Americano médio agora assiste uma a duas horas de programação de notícias cada noite. Que a programação é segmentada em 3 categorias, e uma categoria suplementar.

Cada rede tem seu noticiário noturno principal em rede, no horário nobre, usualmente próximo ao horário do jantar, com 30 minutos de duração: o noticiário noturno da NBC com Tom Brokaw, o da ABC com Peter Jennings, e o da CBS com Dan Rather. Estes programas de notícias são suplementados por notícias locais, as quais vão ao ar uma a duas horas no decorrer da noite, usualmente dividido entre o horário em rede do jantar e mais tarde da noite fechando a programação. Tais programas pode repetir os itens das notícias da rede noturna, mas também inclui histórias locais e apresenta, além disso esportes e a previsão do tempo.

Além disso, há apresentação de notícias e programas de entrevistas em rede várias vezes durante a semana. Incluiríamos nesta categoria de programas tais como "Encontro com a Imprensa", "Limite da noite" da ABC, "A Face da Nação" e programas similares no formato básico da entrevista. O programa "Uma hora de notícias" de McNeil/Lehrer na PBS se encontra nesta categoria, igualmente cada programa tem 5 a 8 minutos de sumário das notícias; o formato básico do programa é a entrevista e a apresentação. Uma terceira categoria de programa são as "revistas de notícias", as quais apresentam histórias sensacionalistas, da espécie encontrada nos tablóides de supermercados (NT: os jornais de menor circulação são vendidos em supermercados nos EEUU), com uma dose "saudável" de matéria sujeita a excitação e ao bizarro. Os "60 minutos" da CBS se encontra nesta categoria, a despeito do fato que se fixa na maioria das vezes nas "notícias sérias e importantes". Todos os outros programas de revistas de notícias, tais como "Viva o horário nobre" da ABC, mais exatamente se ajusta a descrição anterior.

Finalmente, esta programação é suplementada pelas notícias das redes que apresentam e cobre "as notícias eventos", tais como convenções dos partidos políticos. No todo, aproximadamente 10 a 15 por cento de divulgação das redes de televisão é ocupada com as "notícias", como nós descrevemos aqui. Esta porcentagem tem crescido nos últimos 40 anos. Entretanto, enquanto alguns dos programas de noticiários, incluindo "60 minutos", pode arrebatar grande parte dos telespectadores com suas histórias de denúncias, estudos mostram que os Americanos não consideram então a veracidade da fonte de notícias. Que é causado pelos programas que parecem advogando alguma coisa, ou como seu vizinho pode propor, "eles tem interesse pessoal". Tais programas são julgados como diversão. Portanto, não deveria ser surpresa que "60 minutos" foi uma vez o programa mais premiado de toda televisão.

A "realidade" suave

É a rede e as notícias locais mostram que os Americanos voltaram a descobrir o "caminho", como há muito tempo empregada com autoridade pelo "homem âncora" da CBS, Walter Cronkite. Tais programas, pelo menos a maior parte, mostra pouca defesa aberta de qualquer ponto de vista aparente. Concordando com quase todo estudo feito sobre o assunto nos últimos 20 anos, os Americanos em esmagadora maioria acreditam que está sendo dita "a verdade" por Rhatner, Brokaw e Jennings (NT: locutores dos principais programas de notícias na TV nos EEUU), e âncoras locais em todo país. De fato, eles acreditam nisto tão fortemente, que eles raramente questionam o conteúdo dos noticiários, raramente pensam que as notícias são distorcidas ou tendenciosas, e acreditam que eles podem distinguir muito facilmente entre o conteúdo do editorial e a reportagem para não se sentirem que estão sendo "secretamente" doutrinados.

Estes levantamentos refletem os resultados do sucesso do esquema das notícias como lavagem cerebral. Como qualquer outra programação da televisão que nós temos discutido, o projeto do esquema, o qual inclui tanto a organização do material como a linguagem usada para descrever aquele material, e o produto de anos de estudos das técnicas de persuasão em massa, através do uso dos meios de comunicação de massa. Deixe-nos tentar fazer algumas observações gerais acerca de seu programa noturno de notícias da

televisão. Pense por um momento acerca do que eles tem em comum. Bem, cada um deles tem aquilo que é chamado uma pessoa âncora que lê a maioria das notícias, e introduz os outros repórteres e histórias. Aquelas histórias, tanto as que ele lê bem como as que introduz, são curtas, com a maioria sendo de menos de um minuto e muitas de menos de 30 segundos. Um corte de um redator falando, por exemplo, nunca dura mais que uns poucos segundos. Igualmente quando entrevistado pelo repórter durante as notícias, aquilo que é mostrado é sempre em sentenças bem curtas. Agora o que me diz da linguagem nos noticiários? Diferente dos nomes dos indivíduos ou lugares que podem primeiro parecerem não familiares, tem você sempre qualquer problema para compreender o que está sendo dito, como pode por exemplo, numa conferência de sala de aula ou igualmente quando lendo um artigo de jornal ? Não realmente: a linguagem é extremamente simples e direta.

E finalmente, considere a edição do programa: é sempre aparente para você que alguém que esta controlando aquilo que esta sendo visto e ouvido, aquilo que esta sendo editado, escrito, e dirigido, como se fosse num filme, ou outro programa de televisão? O noticiário, a despeito de seu conteúdo desarticulado, aparece para você ser contínuo, um fluxo natural de informação.

Agora, nos mostraremos cada uma destas apresentações de formato -- a pessoa âncora, o conteúdo curto e a linguagem simples, e a edição contínua -- procede do estudo da fraqueza de seu perfil e são projetados para favorecer a esta fraqueza.

No passado durante a II Guerra Mundial, um grupo de lavadores de cérebros ligados a Tavistock, chamado o Comitê para a Moral Nacional, trabalhou para levantar o perfil da população Americana. Entre as coisas que eles analisaram foi a exigência da venda de bônus de guerra, tentando descobrir o que persuadia as pessoas comprar os bônus.

Embora os bônus eram promovidos por bem conhecidas personalidades, descobriram que a celebridade isolada não era suficiente motivação para persuadir as pessoas comprarem.

Suas investigações mostraram que as pessoas tinham que sentir que não estavam sendo doutrinadas para isso, que as pessoas convidadas para comprar os bônus não tinham que possuir motivo aparente ou óbvio senão que seu desejo de fazer alguma coisa boa para seu país.

Este princípio de desinteressada, mas sincera persuasão foi estudado mais extensivamente depois da guerra. Irving Janis, que trabalhou sobre um estudo supervisionado pelo Brig Gen John Rawlings Rees do Tavistock, que traçou o perfil das respostas das populações Japonesa e Alemã para o bombardeio estratégico aliado, o então chamado Levantamento de Bombardeio Estratégico, ajudou a produzir um livro, "Comunicação e Persuasão" publicado em 1953, como a divulgação das notícias na televisão estava se pondo a caminho. Examinando os levantamentos de dados antes e depois da guerra, o livro conclui para que a apresentação da mensagem, seja efetiva deve ser feita por uma pessoa cujo prestígio não possa ser desafiado. O comunicador de opinião deve dar a aparência de perícia e confiança.

O mais importante, disse Janis e seus editores, os lavadores de cérebros, escreveram que o melhor pronunciamento é um casual e de maneira não objetiva. Isto baixa a resistência do ouvinte ou assistente, que senão seria oferecida resistência mental uma vez ele sabe que uma pessoa está tentando "convencê-lo" de alguma coisa. Para efetivamente comunicar a opinião, diz Janis, a audiência deve estar predisposta a aceitar aquelas opiniões como coerentes com suas expectativas. Tais comunicações eficientes não desafiam alguém para pensar, até persuade alguém aceitar o ponto de vista do Comunicador como seu próprio. Ele mais adiante descobre que as pessoas estavam mais aptas a aceitar a mensagem se apresentada numa atmosfera de tensão elevada, na qual o nível que estava alto como reduzindo a comunicação -- se a mensagem apresentava conclusões que pareciam baixar os níveis de ansiedade associado com o que estava sendo relatado. Deste modo o Comunicador tornava-se a pessoa que "faz aquela confusão clara, que dá ordem ao caos".

Igualmente a comunicação de notícias negativas ou opiniões não harmonizarão as relações entre o Comunicador e sua audiência. Se há uma ligação positiva entre os dois, Janis diz que a audiência tenderá dissociar a fonte das más notícias que ele relata.

Estas observações tem seus fundamentos na psicologia Freudiana das massas. As relações estabelecidas entre o Comunicador e sua audiência é uma ligação infantil emocional, do mesmo modo que as ligações das crianças com seus pais para julgamento do que é correto no mundo exterior. Todo tempo que esta relação é mantida neste nível infantil, um Freudiano ou um neo Freudiano observaria, que não acarretara um desafio para aquilo que está sendo apresentado.

O que Janis discutiu, bem como o que descobriu nos estudos anteriores da II Guerra Mundial, foi incorporado nos formatos das divulgações de notícias na televisão primitiva.

O comunicador se torna o âncora das notícias, uma pessoa cuja apresentação das notícias era para ser tranquilizador e desinteressado, e que era, pelo menos naquela divulgação primitiva, alguém que nunca ofereceu seu próprio ponto de vista. Levantamentos dos telespectadores daqueles programas de notícias primitivos muitas vezes usaram a palavra "digno de confiança" para

descrever o âncora de notícias. Outros acharam o âncora masculino significa a figura "paternal", ou igualmente a figura do "avô"; este termo mais tarde foi frequentemente associado a Walter Cronkite da CBS nos seus últimos anos.

Em anos recentes tem havido algumas tentativas de variar este estilo. Noticiários locais, por exemplo, tendem agora a apresentar múltiplos âncoras, que palestram com cada um dos outros, e falam piadas. Mas igualmente isto tem precedente, nos populares repórteres Huntley-Brinkley na NBC nos finais do anos 50 e inícios dos anos 60, que se tornaram o primeiro noticiário noturno de mais alta classificação.

Dan Rather, substituto da TV CBS para o "avô" Walter, quase perdeu seu emprego quando levantamentos mostraram que o acharam muito histérico e "pregador". Ele se tornara muito enérgico, com gente dizendo o que ele dizia não inspirava confiança. Funcionários da rede disseram para "abrandar", ou perderia seu contrato multimilionário, como sinal iniciou vestindo suéteres sob seu paletó.

A origem das "notícias faladas"

"Nós tentamos manter a realidade simples", diz um produtor de notícias locais da linguagem usada nos telejornais. "Eles desejam as notícias, não Shakespeare".

Redatores de notícias revelavam carregar suas frases com substantivos, para limitar aos verbos simples, e ficar afastado dos modificadores "floridos". A forma da frase padrão é a afirmação da declaração simples. "Cachorro morde homem", diz o locutor, "Detalhe às seis." Embora as palavras usadas nos noticiários tenha alguma semelhança nominal com a língua Inglesa, o que você ouve no noticiário noturno não é certamente a beleza do Inglês de Shakespeare, Shelley, ou Milton, nem igualmente o Inglês de nossos ancestrais ou de Lincoln. É uma linguagem simplificada, que convém grandemente para simplificar as mensagens (NT: Isto também ocorre na televisão Brasileira, o mínimo de adjetivos e bastante distante de qualquer coisa que dê trabalho de pensar).

E através da linguagem que o homem comunica as idéias e princípios de sua cultura de uma geração para próxima. Em muitos aspectos, o homem é mesmo definido pela qualidade de sua linguagem, pois é meio pelo qual o produto de sua razão criativa, o que distingue do animal, é comunicado e traduzido para ação efetiva, tanto num indivíduo como no nível social. E através do uso apropriado da linguagem que o homem transforma seu universo, vindo a conhecer aquilo que é verdadeiro e então agindo na realidade de acordo com a vontade livre do homem. Deste modo o homem intencionalmente muda o seu mundo, concordando com as leis do Criador.

O homem necessita de uma língua complexa, aquela que pode conter todos os aspectos da Criação, ao menos da compreensão da leis universais dos homens. Saber qualquer coisa de menos, é fazer o homem menor que o homem, limitando sua capacidade de conhecer e compreender.

A linguagem das notícias da televisão é uma degradação da linguagem. É nominalista, forçando a nomeação de coisas, porque procura submeter alguém passivamente, um receptor, o termo mecânico de Emery e outros lavadores de cérebros usam para se referir ao telespectador. Não há pensamento criativo seguido, nenhuma tentativa para engajar a mente, mas meramente para imprimir uma imagem no cérebro da pessoa.

A língua, corretamente usada, pode dar ao homem uma compreensão de objetos pensamentos, os quais reflete o conhecimento humano da realidade. Não há um princípio ordenado, nenhum conceito além das imagens e das palavras.

Esta linguagem simplificada das notícias da televisão tem raízes no trabalho linguístico durante a Guerra Mundial.

Antes da guerra, o linguista britânico C K Ogden criou uma língua artificial da língua Inglesa. Ele chamou de "Inglês Básico", e muitos intelectuais Britânicos, incluindo muitos escritores, concluíram não ser sensata. Ogden propôs que a literatura clássica, tal como Shakespeare, Keats, e Shelley, poderiam ser "traduzidos" para a nova linguagem, afirmando que a maioria das pessoas não pode compreender então sua apresentação no modo complicado. Seus oponentes retrucaram corretamente que tais esforços banalizaria a maior expressão da cultura da língua inglesa.

Enquanto este debate enfurecia os círculos intelectuais, pessoas no mais alto nível da oligarquia Britânica viram o valor potencial de lavagem cerebral naquilo que Ogden tinha feito. Ele tinha causado o colapso total da língua Inglesa dentro de um total de 850 palavras. Usando "o Inglês Básico" unido com o meios de comunicação de massa, um grande número poderia receber uma simples mensagem sem pensamentos complicados ou pensamentos objetos, inserido na comunicação. O Inglês Básico, seus entusiastas proclamavam, poderia muitas vezes criar uma realidade simplificada: queriam colocar camisa de força mental no potencial criativo do ser humano.

Quando a guerra começou, o pessoal ligado a Tavistock envolvido com o Ministério da Informação, que controlava toda difusão e disseminação de notícias, decidiu tentar alguns experimentos sobre eficiência da linguagem simplificada. A BBC foi solicitada numa base experimental para produzir alguns noticiários no Inglês Básico, a maioria para consumo ultramarino. Os resultados deste experimento foram cuidadosamente monitorado. Aqueles envolvidos rapidamente descobriram, que, com alguma modificação, a linguagem era ideal para apresentar uma versão editada e censurada das notícias. Desde de que prestou-se a simplificar afirmações declarativas, aquelas afirmações pareciam ter o caracter de fato, mesmo que a informação relatada era pesadamente censurada ou mesmo "propaganda". Aqueles envolvidos com a experiência e as reportagens, solicitavam somente que o vocabulário Básico fosse expandido para incluir certos "novos termos" que eram exigidos para fornecer contexto para a história: "relatórios dos serviços telegráficos", "de acordo com fontes fidedignas", "uma fonte confidencial" etc, bem como vários "nomes e lugares novos".

Estas experiências foram realizadas em várias seções exteriores da BBC, incluindo a Seção Indiana, que incluía entre seus operadores o autor de "1984" George Orwell e amigo próximo Guy Burgess, que foi mais tarde envolvido no maior escândalo de espionagem soviética no pós guerra da Grã-Bretanha.

Em setembro de 1943, o "experimento Básico" foi colocado na maior prioridade no gabinete de guerra pelo Primeiro Ministro Winston Churchill. Num discurso em Harvard, Churchill publicamente anunciou sua total conversão a língua, declarando que seria tornada a língua franca para o esforço de guerra aliado.

"Tais planos (como uso e introdução do Inglês Básico) oferecem as melhores recompensas, que atraindo sem cessar províncias ou países de outros povos, ou colocando abaixo a exploração". Churchill disse a para sua audiência em Harvard. "O império do futuro será o Império da Mente".

Churchill ordenou que o Comitê do Gabinete de Guerra arme a monitoração sobre a evolução da experiência e discuta caminhos para forçar nova linguagem sobre a população relutante.

O relatório do Comitê do Gabinete de Guerra deu ênfase a importância do uso dos meios de comunicação em massa, em particular a BBC e as notícias da BBC. Entre as recomendações nos relatórios foi que uma parte substancial da emissão ultramarina da BBC seja traduzida para o Inglês Básico e lições regulares poderiam ser dadas no ar.

No final, aqueles que se envolveram diretamente com o projeto do Inglês Básico acharam impossível aderir rigorosamente ao vocabulário de 850 palavras. Sustentaram que tinham que ser atualizados com palavras e expressões que refletissem o uso corrente. Memorando do Ministro da Informação discute a necessidade de manter a língua "fresca", para fazer as pessoas ligarem para ouvir as reportagens.

Embora Churchill nunca abandonou a defesa pública do Inglês Básico, estudos da população Britânica revelaram que as pessoas se indignaram sendo revelado como eles poderiam falar. Eles acharam que é muito mais eficiente alterar o uso da linguagem das pessoas por exemplo, ou, igualmente mais importante, continuar a usar o conceito de uma língua de vocabulário reduzido nos meios de comunicação de massa, tais como o rádio, sem fazer estardalhaço a respeito disso.

A novidade do Básico tendeu ao desaparecimento, pelo menos publicamente, rapidamente depois da guerra. Indicou, entretanto, para os que estavam envolvidos no controle da disseminação das notícias nos meios de comunicação de massa, a irem a fundo nos estudos daquilo que acharam a quem poderia aceitar o conceito de um vocabulário grandemente reduzido sem o rígido e algumas vezes empolado do Inglês Básico(de Ogden). Noticiários do rádio, os quais eram feitos longos comentários descritivos de antes da guerra, se transformaram em formatos curtos que são apresentados hoje. As frases longas, com sobretons literários, deram lugar as frases concisas, mais diretas e com simples vocabulário.

Conserve o Simples Verdadeiro

No início, os noticiários da televisão adotaram este estilo linguístico: sentenças diretas simples, com muito, muito limitado vocabulário. Isto se ajustou perfeitamente ao novo meio, mesmo que tivesse alguma coisa que o rádio não possuía -- imagens reais visuais. Seus produtores exigiram que reporteres de notícias e ultimamente o pessoal âncora deixassem a imagem visual contar as histórias. "Nós não desejamos cobrir aquelas imagens e fizemos isso?" disse um dos produtores. "Nós temos que deixar elas capturarem as pessoas".

A língua verbal simplista da televisão esta espelhada nos jornais. Pela quantidade daquilo que as pessoas ainda lêem, a pessoa média pode compreender não mais que o nível do sexto ou oitavo grau (NT: ao nível do final do ciclo básico). Excetuando-se jornais semelhantes ao "The New York Times" ou igualmente "The Washington Post", o que ainda tentam se estabelecer para elites dirigentes, os jornais médios contém o mesmo vocabulário simplista e estrutura de sentenças, como os noticiários da televisão. Se você não me

acredita, tome um exemplar do "USA Today" e olhe por você mesmo. Isto então são as notícias faladas. Tornou-se tão persuasivo que quando alguém parece irromper o molde e falam acerca de matérias com notícias respeitáveis de maneira adequada a sua importância, usando uma linguagem mais literária e sentenças estruturadas, a maioria de vocês tendem a "desligar".

"Estamos tentando nos certificar, que pessoas que assistem os "Simpsons" compreendem que nós estamos dizendo, enquanto pessoas que assistem Teatro Obra Prima (canal PBS) não estão também horrivelmente ofendidas", diz um produtor de notícias. "Nós atingimos metade da área, mas erramos o lado dos Simpsons" (NT: Jogo de palavras relacionados com o futebol americano, sem sentido para nós).

Voltemos nossa atenção para o formato de seus programas de notícias noturnos. Iniciam com um gráfico e o tema de introdução, muito semelhantes a quaisquer séries de televisão. Pode não parecer tal coisa um ponto importante, mas é. O programa de notícias é tratado semelhante a qualquer programa de televisão regular repetitivo. E como se você está sendo apresentado como uma série de partes, do modo como o mundo é cada dia. Há repetição de personagens, tais como o Presidente ou outros "redatores", há "bons rapazes" e "maus rapazes" e há repetição de sub-dramas -- qual é a última com aquele sensacional julgamento do assassino? Quais são os novos desenvolvimentos da guerra civil na antiga Iugoslávia? Que tal a economia?

Em outras palavras, vocês estão condicionados a assistir as notícias, tal como assistem a qualquer série de televisão. Você observa a mesma espécie de sugestão psicológica -- personagens familiares, sub-dramas repetidos -- dizer o que está acontecendo. No final, toda falta de clareza dentro de um quadro na sua cabeça do "jeito como o mundo é". Não é todo o quadro ou mesmo próximo: um pouco de comentários generalizados e imagens, de histórias exemplares, e pouco diferentes uma das outras.

Este conceito de mostrar as notícias como dados em série retorna a antigos jornais cinematográficos. Se alguém deseja observar para o antecedente real dos noticiários da televisão, são aqueles jornais cinematográficos, com seus pequenos itens, com a voz no fundo. Começando no final da década de 30, os mesmos lavadores de cérebros trabalharam para projetar a programação da televisão, iniciado com o levantamento dos perfis da audiência nas respostas a exibições dos jornais cinematográficos. Eles descobriram que a assistência lembrava pouca coisa a respeito das histórias se faltava uma carga altamente emocional nas imagens visuais, nada significa se muitas palavras fossem gastas descrevendo-as.

Outros estudos foram feitos da credibilidade da história. Não surpreende que associando uma personalidade semelhante ao Presidente Roosevelt como uma história tende a fazer aquela história mais digna de crédito. O que foi surpreendente foi que o aumento da credibilidade poderia ser encontrada meramente mostrando um retrato de Roosevelt com uma dada história, sem qualquer comentário dele ou igualmente fazendo uma referência de passagem dele no contexto da história. Este conceito tornou-se conhecido como validação visual: uma assistência poderia ser conduzida a acreditar em alguma coisa baseado sobre suas noções preconcebidas do que é uma fonte digna de crédito e a imagem visual leva consigo mais peso que a mensagem verbal.

No estudo previamente citado das técnicas de persuasão em massa, editado pelo lavador de cérebros Irving Janis, ligado a Tavistock, descobriu-se que uma opinião poderia ser, sempre que possível, apresentada como nota ou citação de fontes autoritárias, tais como o governo ou outras agências os quais o público possui alta estima ou julga impecáveis. Janis também comentou o efeito da negação da opinião contrária; isto é feito pela omissão -- por exemplo ignorando simplesmente outros pontos de vista -- ou pelo uso de fontes que tenha um alto grau de associação negativa com o público. O uso de adjetivos descritivos que são negativos, se interpretado o fato de outro modo, pode-se obter o mesmo efeito.

Um outro modo de executar o mesmo fim é colocar uma história a respeito de uma pessoa a quem você quer associada com uma mensagem psicológica. Estudos descobriram que o ítem notícias, acerca de um político colocado próximo a uma história a respeito de um assassino, sugere ao público fazer associações negativas sobre o político, desatento ao conteúdo da história a respeito dele.

Todos estes conceitos tem sido incorporado no formato das reportagens das notícias de televisão. E projetado para colocar certas imagens na sua cabeça com relação ao mundo que pode não ter absolutamente nenhuma relação como o mundo é realmente.

Encontrando um Público

Mas antes de você poder esta com cérebro lavado pelas notícias da televisão, eles têm que persuadir você a assistir e assistir todas as noites. Isto último ponto é importante. Estudos mostram que pessoas que assistem as notícias todas as noites, tendem a pensar de si mesmas como menos confusas que aquelas que não assistem. Parecem dizer que elas (pessoas) têm uma "garra" sobre o mundo; isto conduzem, indicam os estudos, a uma passividade, para uma boa vontade para aceitar o mundo "como ele é", com todos os seus problemas.

Pessoas que não assistem as notícias, ou quem tende a obter suas notícias de outras fontes, tende a questionar mais a respeito do que eles estão dizendo. Em parte, isto é uma função do meio de comunicação como a televisão: como temos dito, a televisão, em geral, as notícias da televisão em particular, inclina-se a causar uma interrupção de julgamento.

Visto que há pouca especificação, memória detalhada do que está sendo mostrado e dito a você, é difícil questionar, ou igualmente refletir sobre isto, como último objetivo. Então o primeiro trabalho era obter uma audiência. Isto não era totalmente fácil. A grande maioria dos Americanos lêem jornais e ouvem rádio pelos seus noticiários. O novo meio parecia somente repetir as fontes existentes de notícias. A maioria dos noticiários anteriores eram enfandinhos. Eram de aproximadamente 15 minutos de duração. Misturavam reportagens internacionais, nacionais e eventos locais com previsão do tempo e esportes, e histórias de interesse humano.

Os perfiladores (NT: técnicos em opinião pública que determinam os perfis das pessoas a serem pesquisadas) investigaram as mentes daqueles que assistiam para ter uma idéia como que "trabalhavam" e o que não faziam. Descobriram que a previsão de tempo e esportes eram os itens a respeito dos quais os telespectadores tinham a mais alta expectativa, que estava sendo dito a verdade. A história de interesse humano, entretanto, era assistida como entretenimento, na qual a questão da verdade não era importante. Estes itens criavam a predisposição para aceitar outros itens de notícias sem questionar -- se somente eles(itens) podem obter e manter uma audiência.

Naqueles anos primitivos, as notícias mostravam a maioria das vezes uma "cabeça falando", um âncora das notícias com poucos gráficos na tela de fundo, usualmente a fotografia de um reporter sendo atribuída a história. Ocasionalmente, havia alguma informação filmada, com voz em cima e uma voz remota mais ocasional. Como tal, os programas pareciam notícias difundidas pelo rádio com fotografias.

Se as notícias da televisão tivessem permanecido neste nível de tecnologia, os noticiários noturnos nunca teriam sido percebidos. Mas, usando grupo(pool) de informações os novos produtores descobriram que tem alguma vantagem sobre os outros meios de comunicações. Eles podem, através da cobertura remota ao vivo, levar pessoas quase instantaneamente para cobertura de um evento, como estava acontecendo. Isto criou um sentido de excitação, especialmente se o evento cobria envolvimento de pessoas famosas.

Nas convenções nacionais dos partidos em 1952 foi o primeiro de tais eventos que deu a televisão uma chance para se exhibir. Mais de 50 milhões de telespectadores viram os eventos se desdobrarem diante de seus olhos, com os comentaristas de notícias da rede explicando o que estava acontecendo. Os eventos foram manuseados como espetáculos serializados -- não tinha a audiência realmente apreendido qualquer coisa a respeito do que estava acontecendo, tão logo eles participavam da experiência da "televisão". Notícias eram mostradas como se fossem divertimento. Como resultado, uma nova audiência foi criada para a rede e para as notícias locais.

Com a audiência expandindo-se, os controladores das redes de notícias viram um novo poder: podem criar sempre ou quase sempre instantaneamente controvérsia e então cobrir como "notícias".

Tanto as notícias ao vivo da cobertura de eventos como o estilo de confrontação "câmara em sua face", inicialmente popularizado em jornais televisionados de julgamentos sensacionais, criou um vínculo entre a audiência e o novo meio.

Todo poder do jornalismo de "ataque" desta televisão primitiva foi empregado em 1954 contra um objetivo montado, o tormento vermelho do Senador pelo Wisconsin, Joseph McCarthy (NT: período nos EEUU conhecido como a caça as bruxas, em que vários artistas e intelectuais foram perseguidos por serem simpatizantes do Comunismo). Os programadores de noticiários realizaram o assalto final com esta classe desprezível, os "interrogatórios do Exército de McCarthy", ao vivo, para uma grande audiência nacional, colada ao drama de opereta e novela, em suas salas de visitas ou no bar local. Mas a televisão não foi uma espectadora passiva: ligou-se ao lado ganhador, com entrevistas e outros programas ajudou ao McCarthy castigador. Liderando a carga estava o repórter estrêla da CBS, Edward R Murrow, o mais famoso dos jornalistas da televisão primitiva e um produto direto das redes da Escola de Frankfurt.

A televisão, através de seus noticiários e comentaristas semelhantes a Murrow, jactava-se de seus triunfos e o serviço feito para a Nação. Eles ignoravam o fato que aquele novo meio, semelhantes a todos os meios de comunicação em massa, anteriormente auxiliou a impulsionar a carreira de McCarthy, desde de que, naquele ponto, os poderes que controlavam as redes descobriram nele um instrumento proveitoso. Ajudaram a criar a opinião pública de que McCarthy era o líder de uma gloriosa "cruzada anti-Comunista". Agora, tendo sobrevido a sua utilidade, tornou-se na televisão o primeiro noticiário de "escalpo" Nacional (NT: referência de arrancar o escalpo ou couro cabeludo, realizado pelo índios pelas vermelhas no século passado, gíria americana significando interrogatório contínuo e massacrante). No espaço de menos de meia década, o novo meio foi o mais importante fator na alteração da imagem nacional da maior personagem política e fazendo dos noticiários, um poder Nacional. Durante este mesmo período, outras trapaças de estilo foram usadas para prender a audiência. Uma delas foi o então chamado "entrevistar o homem-na-rua". Aqui, alguém até semelhante a você mesmo era perguntado para responder a uma questão tipo apuração a respeito do evento do dia. Aquela opinião da pessoa era usada como bandeira para validação de suas próprias opiniões. Mas igualmente mais importante, tais entrevistas ajudavam a

reduzir a aparente distância entre o telespectador e as notícias, conduzindo o telespectador, como estava, para "dentro da história". Estas fraudes estilísticas mudaram o enfado noticiário para alguma coisa mais imediata, mais excitante. Apurações no meio e final da década de 50, iniciaram mostrando uma preferência para notícias na televisão sobre qualquer outra forma de reportagens de notícias.

Como a audiência expandiu-se, a cobertura de notícias iniciou tendo um maior impacto sobre a política. Se você não tinha visto a notícia, se era invisível politicamente, você não existia. Além do que, se você olhava de um certo jeito, descuidado do que você dizia ou igualmente a respeito do que diziam a respeito de você, sua carreira era afetada: pessoas agora esperavam seus líderes observar um certo modo de vida e se eles não faziam, seu prestígio caía e os totais de suas votações.

Iniciando a década de 60, os noticiários aumentaram para meia hora, enquanto se ouvia mais e mais fragmentos de notícias remotas ao "vivo". Os noticiários Nacionais colocavam gota a gota a previsão do tempo e os esportes, excluía histórias fragmentadas naquelas áreas, deixando tais coberturas para os noticiários locais. Deste modo, o formato permaneceu basicamente o mesmo.

A maioria dos Americanos agora está assistindo pelo menos um dos noticiários noturnos das três maiores redes, bem como uma ou mais versões dos noticiários locais. Estudos contemporâneos mostraram que aquelas pessoas que foram perguntadas sobre questões a respeito dos eventos correntes responderam que tinham "ouvido qualquer coisa" na televisão, mas sabiam que tinha sido nos noticiários da televisão. A maioria dos Americanos pode nomear um ou mais âncoras das redes, que tenham se tornado celebridades. De fato, muitas pessoas podem identificar Walter Cronkite, Howard K Smith, e Chet Huntley e David Brinkley do que seus deputados ou senadores.

Novos viciados

Os peritos em opinião pública levantando o perfil da audiência dos noticiários igualmente não se preocupam mais em perguntar se o telespectador pensa se o que estava assistindo era verdade ou não. A edição da verdade era de fato não dizer tudo. As notícias na televisão estavam criando a realidade, quer aquelas imagens fossem verdade ou não significavam pouco, mas desde de que as pessoas acreditassem, então seria real e imediata.

Como os lavadores de cérebro Emery e outros apontaram, mais pessoas assistem, menos realmente compreendem, mais aceitam, mais se tornam dissociados dos próprios processos de pensamento. Nos meados da década de 60, os telespectadores nunca questionavam a validade do que estavam assistindo. Para fazer diferente, forçaria então o confronto das notícias, para pensar a respeito do que estavam assistindo; mas aceitavam o que viam como coerente com a opinião popular e por essa razão auto confirmavam o que viam. Mas Emery e outros lavadores de cérebros sabiam que a "realidade" conduzida pelos noticiários da televisão é mito. "A televisão é mais magia do que qualquer outro produto consumido porque cria acontecimentos normais", escreve Emery a respeito dos noticiários e programas similares, "empacota e homogeniza aspectos fragmentários da realidade. Constrói uma realidade plenamente aceitável (o mito) de ingredientes inaceitáveis. Para enfrentar o mito seria admitir que era inútil, isolado e incapaz..."

A imagem da televisão torna-se e é a verdade". Emery e outros dizem que nós agora nos tornamos viciados em informação. Nós estamos fisgados nas imagens e sons que disseram representar a realidade no mundo externo nas nossas salas de estar. Bebemos algo parecido com álcool, dizem eles, comparando ao tomador de droga. Nós funcionamos, ele escreve, da presunção básica "que todos necessitamos, é a informação..." Os noticiários informam, mas pela natureza do expectador da televisão eles não podem educar ou fazer as pessoas compreenderem. Em vez disso, o meio desinforma, manipulando as percepções, até o ponto onde as pessoas são incapazes de raciocinar acerca do mundo que elas vivem.

Observando isto através do prisma dos lavadores de cérebros da "teoria da informação", pessoas semelhantes a Emery descrevem duas espécies de informações apresentadas: as mensagens, os quais são chamadas a informação verdadeira e o ruído, o equivalente mental da estática da radiodifusão, o qual tende a obscurecer ou mascarar a mensagem. Do ponto de vista do lavador de cérebros, a idéia em apresentar programas de notícias e fornecer bastante ruído para evitar que o telespectador pense a respeito da mensagem. Observe os programas de entretenimento de notícias, as resenhas de notícias, quanto ruído neste contexto. Seu caráter sensacionalista e histórias banais, apresentadas com gráficos cinematográficos, fornece um contraste sarcástico a maioria dos noticiários estabelecidos. Os estudos mostram que pouca gente acredita mais em qualquer história destes programas, ou acreditam que elas são importantes para as suas vidas. Eles assistem para excitação, uma forma de degradação do entretenimento similar a pornografia.

Se igualado ao ruído, os noticiários são concebidos para ser ditatoriais. Suas mensagens, sua apresentação de um "pedaço diário da realidade", e impulsivamente consumida pela audiência. Nunca é questionado.

Emery e outros previram este desenvolvimento na década de 70, estabelecendo que as notícias noturnas não podem se dar ao luxo de reduzir sua imagem, para apresentar defesa ou reportagem sensacionalista, sem diminuir sua credibilidade geral. Sob nenhuma circunstância, desejaria que os poderes que controlam as redes se arriscassem a tal desenvolvimento. Eles estavam certos.

Mas igualmente o ruído transporta uma mensagem. Pense a respeito de algum daqueles programas tablóides (NT: analogia aos jornais de pequeno formato, que normalmente são sensacionalistas). As histórias todas se desenrolam em torno do sexo e violência. As histórias apresentadas relembram qualquer imagem da sociedade que tenha assistido em outros programas, ou noticiários? A resposta é não. Então, elas reforçam a sua opinião de que o mundo é semelhante aquele que se observa da sua sala de visitas. Este fato, em parte explica porque quando interrogado por pesquisadores de opinião, as pessoas dizem que não tem visto alguma coisa que eles já não conhecem em tais programas como uma cópia fiel ou um incidente corrente.

Deixe-nos recuar por um momento. Os noticiários da televisão mostram a você que seu semelhante não é nada mais que uma besta violenta e degradada, assassina, estropador e destruidor. Estas imagens pretendem negar qualquer sentido moral mais elevado do homem, que o homem é imagem de Deus e que toda vida é sagrada.

A violência nas notícias não é nova. Os primitivos noticiários mostravam sempre uma seção infalível de reportagens de crimes. Mas no início da década de 60, a violência tornou-se mais gráfica e mais chocante. Milhões assistiram como Jack Ruby assassinou o assassino de John F Kennedy em Novembro de 1963, Lee Harvey Oswald. Embora ele não tenha sido processado, e agora evidências indicam que possa ter sido mandado, uma vez que apuração de opinião pública mostraram que um número avassalador de Americanos, se sentiu aliviado pelo assassinato de Oswald.

Mais tarde naquela década, nos assistimos em cores como jorrou o sangue da cabeça de Robert Kennedy que tombou mortalmente no chão da cozinha de um hotel em Los Angeles. Novamente, apurações de opinião pública feitas imediatamente após o evento de 6 de junho de 1968, mostravam que os Americanos desejavam vingança contra o homem logo prêso pelo crime, Sirhan Sirhan.

Entretanto, os noticiários da televisão estavam levando as imagens sangrentas do massacre no Vietnã para dentro das nossas salas de visitas. Novamente, não era a primeira vez que os Americanos viam tais imagens nas notícias. Eles testemunharam antes nos jornais cinematográficos durante a II Guerra Mundial. Mas era a primeira vez que sentados e até com sua família, enquanto assistiam jovens soldados e civis morrerem antes seus olhos.

Agora, saltaremos a frente para 1992 na Cidade de Nova York, uma das mais violentas cidades do país. As notícias locais mostram tudo em detalhes sangrentos. No caso das notícias locais, especialmente, há pouca distinção emocional do conteúdo dos mais inconsistentes dos tablóides.

Os novos produtores devem "manter as pessoas felizes", dizem eles. Esperam a violência, sexo e escândalo porque isto é o mundo. Atrás do impulso de tais histórias está um desejo para se manter reservado e muito elegante, da espécie que se pode manter a atenção de pessoas suspeitas de ter 40 anos de televisão ou menino que é parte da "geração da MTV". Produzem histórias simples: violência e crime são simples. "É o assassinato do dia", disse um dos antigos produtores de notícias. Todo dia, a quarta rede, Fox, almeja ser o líder deste "jornalismo de escândalo", tem meia hora de notícias as 19 horas, com 25 histórias e interrupções para os comerciais. A história mais importante, o fechamento da Lojas de Departamentos de Alexander, lançando 5200 na fila de desempregados, é demorada: se processa em 2 minutos e 15 segundos. Uma busca de drogas em Newark demora 13 segundos. A apresentação de modêlos acima de 40 anos recebe o mesmo tempo que a reportagem sobre o processo do crime organizado. Dezesesseis assuntos cronometrados em menos de 1 minuto. Então, entra a previsão do tempo.

Um executivo da Fox disse que os noticiários estão tentando apresentar "uma visão compreensiva do que aconteceu no mundo". Aprovou um ítem de 11 segundos sobre se Boris Yeltsin pode ser um alcóolatra. E também importante ter uma história de "boas notícias", para manter as pessoas felizes, diz ele. Acrescenta uma história a respeito de um menino recebendo um transplante de coração; tem a duração de 41 segundos.

Isto é a Fox. Que me diz da outra rede, NBC? O noticiário das 18 horas na WNBC-TV publicou com duração de 4 segundos: "Gangue de praia realiza um tiroteio em Nova York". A reportagem começa sobre o ator Ben Vereen, sendo acidentado por uma caminhão em Malibu, seguido de uma pequena peça sobre o número de crianças mortas com armas de fogo. Uma outra atualização sobre uma greve de ônibus em Queens. Uma outra atualização da novela "soap" (NT: novelas com historias sem fim geralmente levada ao ar na televisão na parte da tarde) sobre a saga de Amy Fisher, o adolescente de Long Island que é acusada da morte da esposa de seu namorado. O programa encerra com uma peça sobre o cemitério de animais de estimação de Long Island e uma reportagem ao vivo a respeito dos ataques de ursos em New Jersey.

Pode alguém elaborar algum sentido de tais reportagens? Alguém igualmente tenta?

"Nós publicamos uma tonelada de lixo", diz o repórter senior da WNBC-TV Gabe Pressman. "Geralmente podemos ser mais ultrajantes e sensacionalistas com o próximo sujeito? Podemos importunar pessoas no noticiário das 10 horas?" É realmente tudo isto que diferencia os noticiários noturnos? O sangue e os ferimentos deslocam os ambientes exóticos por algum tempo. Um minuto com as

fotografias sobre a matança na guerra civil na Iugoslávia. Um meio minuto sobre explosão terrorista na Itália. Um banco assaltado mata quatro. Um incêndio em Baltimore mata cinco crianças...

As histórias são todas curtas, apresentadas por meio de fatos. O mundo tem se tornado insano, mas este é "o jeito que é", como "avô" Walter (NT: referência a Walter Cronkite, uns dos mais antigos locutores e comentarista da televisão, veja início do capítulo) usava para nos dizer cada noite. Agora Dan Rather diz o mesmo. Assim faz Brokaw. Assim faz Jennings. A confusão da então chamada informação nada explica, nada nos ensina. O mais "sóbrio" dos noticiários de redes, como o da CNN, meramente relata mais desta confusão.

Desejo que você relembre alguma coisa que nos discutimos anteriormente. Recorde a descrição da sociedade perturbada na novela "A Laranja Mecânica". Há inexprimível violência e perversão. Ninguém nunca explica como as coisas aconteceram daquele modo; nem nunca pergunta, porquê? As pessoas voltam para seu aparelho de televisão cada noite e assistem que tem semelhante sendo morto ou raptado nas notícias, e exprime agradecimentos porque não é um deles ou de alguém que gostam. Eles imaginam que não seus filhos que estão fazendo aquelas coisas horríveis. É um modo de vida, isto é o mundo da "Laranja Mecânica". "Exatamente assim é a maneira de viver", diz um dos violentos jovens punks na novela.

Homem, o Inimigo

Agora, concentrando sobre isto por um momento. Em cada guerra, há uma imagem do inimigo, que os Alemães chamam "Das Feinbild". Na II Guerra Mundial, era Hitler e Tojo do Japão; eles eram os vilões inimigos que tinham que ser derrotados. Na guerra fria, eram os soviéticos e Stalin. No Vietnã, no grau que a imagem foi criada era Ho Chi Minh e o Viet Cong. Pelos últimos 30 anos, você obteve estas imagens do inimigo assistindo os noticiários da televisão. Eram fotografias impressas na sua mente, a opinião popular do que é para ser desprezado, se ter medo ou odiado. Observe as notícias de hoje. Qual é o inimigo? É seu semelhante. É a imagem do próprio homem que as notícias da televisão estão fazendo dentro "das Feinbild"(mente), a fonte de destruição de nossa sociedade.

Quando você vê o último assassinato nas notícias, você sente compaixão pelo assassino, você o vê como um semelhante que tem procedido errado e cometeu o terrível e pecaminoso ato? Ou, você meramente associa com a imagem da violência, e como resultado, sente raiva e ódio com respeito a seu semelhante, especialmente se ele é negro ou hispânico, porque tais pessoas são aquelas que se revelaram serem "assassinas"?

O psicanalista Sigmund Freud, que acreditava ser o homem uma besta, disse que o terror da vida cotidiana forçaria em definitivo o homem desistir dos valores da sua religião e vê-los como causa de suas neuroses. As imagens das notícias da televisão, especialmente a violência, ajuda a criar o terror que os seguidores de Freud e outros acreditam dirigirá o homem para seu fim. Pense por um momento: Onde está seu sentido de amor Cristão e caridade quando você assiste as notícias na TV? É empurrado para mais distante e mais distante de seus pensamentos conscientes, tanto sua raiva como seu ódio de seu semelhante é trazido a superfície. Nós estamos perdendo a batalha da alma do homem para o diabo pior que Hitler, o aparelho de televisão.

Desligue sua TV -- Parte IX por L Wolfe

A promoção dos Esportes para uma Religião Secular

Estamos retornando novamente para um outro diálogo. Estamos certos que agora a maioria de vocês sabe o modo como isto funciona: visto que assistir televisão diminui a sua capacidade de racionar, nós mantemos o aparelho desligado enquanto temos a nossa discussão. Então, se não desligou ainda, como eu espero, mova-se e desligue sua TV. Nesta sessão, iremos discutir o modo como você está com o cérebro lavado pelos esportes espetáculos e o modo como a televisão tem facilitado esta lavagem cerebral. Tenho um sentimento que aquilo que vamos dizer pode de alguma forma irritar você, mas me tolere e veja a argumentação até o fim. Podemos perfeitamente atingir direto ao ponto: aquilo que você chama a si mesmo de fã de uma ou mais equipes de qualquer esporte, seja basebol, futebol, basquetebol, hóquei ou de jogadores mais individualizados tais como tênis ou golfe, são viciados por um infatismo da mente enfraquecida que reduz seu poder de raciocínio criativo. E é aquele poder e somente aquele poder moralmente formado, que a razão criativa faz o homem diferente do animal. Deixe nos fazer algumas observações preliminares para apoiar a nossa tese. Como temos declarado, uma vez e repetindo neste capítulo, o homem é criado na imagem viva de Deus e foi dado pelo seu Criador a divina centelha da razão. E esta qualidade, a centelha divina, em cada um de nós que nos faz verdadeiramente humanos. Qualquer coisa que reduz a nossa capacidade de raciocinar, nos torna menos humano, mais semelhante ao animal. Esportes organizados neste país, e

especialmente os eventos esportivos em nível profissional e colegial, são experiências de lavagem cerebral em massa, seguindo exatamente as linhas esboçadas por Gustav LeBon e Sigmund Freud nas partes anteriores de nosso relatório. Eles induzem a personalidade individual a regressar para o estado mais infantil, mais irracional; enquanto estamos assistindo a um evento esportivo, a pessoa torna-se parte de uma massa de crianças igualmente viciadas que com uma idéia fixa sobre os eventos que tomam lugar dentro de limites definidos do campo de jogo, nos quais as regras são arbitrariamente definidas.

Cada competição esportiva é uma celebração pobremente disfarçada que seus lavadores de cérebros tem chamado agressividade instintiva humana, a mesma espécie de agressividade que pessoas semelhantes a Freud dizem provar que vocês são animais guiados em direção a destruição. Esta agressividade, com intenção destrutiva, diz Freud, é parte da natureza animal do homem.

Mais cedo ou mais tarde, o homem deve sucumbir ao poder que o dirige, declaram Freud e neo-Freudianos. O objetivo da sociedade, de acordo com Freud, é regular e controlar através das várias formas de coerção, a explosão desta bestialidade inata contra o que a mente humana é definitivamente impotente.

A civilização Cristã é mencionada de antemão como contrária a perspectiva da humanidade. O homem, criado na imagem de seu Criador, pesquisa o aperfeiçoamento de sua existência através do uso da razão criativa na pesquisa da Verdade; que é a definição unicamente aceitável da perfeição como processo humano. A sociedade é organizada para proporcionar ao homem meios pelos quais possa cumprir sua tarefa, educação daqueles poderes da razão criativa e colocando a disposição a oportunidade para o homem agir na razão numa maneira efetiva.

No âmbito destas necessidades, um corpo se forma para servir ao poder da razão, aos exercícios e esportes podem tocar um papel limitado na pesquisa do homem pela Verdade. Mas a atividade muscular nunca pode ser uma substituta para educação dos poderes criativos de alguém. A razão moralmente instruída governa o corpo.

Os esportes modernos, especialmente organizados como evento de espetáculo de massa, serve a um objetivo contrário. Além da realização de celebrações ritualizadas da agressividade, os esportes criam uma ilusão de perfeição, representada dentro dos limites do campo de jogo, separou a relação do homem com a Verdade e seu Criador.

Os esportes com espectadores organizados em massa, como apresentados e comercializados através da televisão, então trabalham para submergir os conceitos mais fundamentais da civilização Cristã. Com suas pilhas de estatísticas sem fim, com suas regras arbitrárias, com seus espetáculos de massa, com suas celebrações de potência de músculos e instintos sobre a mente humana, e com seus adoradores de proezas heróicas na ausência de atividade racional, criam uma forma de ritual pagão, que tem se tornado uma religião substituta para maioria dos Americanos.

Então isto é que nossa tese reafirma: o esporte é uma religião pagã que destrói a mente.

Previno você que pode ser difícil para algumas pessoas aceitarem isto, desde de que sei como viciado você está em seu esporte. Depois de tudo, se você é um Americano, e especialmente um Americano do sexo masculino, você foi educado na cultura escrava dos esportes. Iremos aproveitar para dar uma olhada nestes fatos. Primeiro examinaremos a penetração do espectador de esportes na nossa cultura, antes reexaminaremos o suporte psicológico da operação de lavagem cerebral em massa.

A Guerra "Esportiva"

Como tínhamos dito antes, a lavagem cerebral mais efetiva dos Americanos é de forma que eles não concebem que está acontecendo, a tão chamada lavagem cerebral agradável.

Desejo relembrar uma imagem que referimos anteriormente. Em fevereiro de 1991, Gen Norman Schwarzkopf deu um resumo televisado internacionalmente sobre a estratégia e táticas da guerra terrestre da Operação Tempestade no Deserto. Naquele tempo, a imprensa comparou o general a um treinador de um super time vitorioso dando uma descrição do plano de jogo que propiciou sua vitória.

Schwarzkopf concebeu a guerra como se fosse um jogo de futebol e redefiniu uma manobra militar clássica de franqueamento em termos de futebol como um jogo do Hail Mary (NT: sem tradução, trata-se provavelmente de um time de futebol de colégio). Teve primeiro de explicar que estava trabalhando naqueles termos de futebol com sua assessoria; reiterou que as explicações eram para o povo Americano. Ele estava falando uma linguagem-- a linguagem dos esportes --- que sabia que a maioria dos Americanos poderia entender.

De fato, a maior parte da guerra foi apresentada ao público Americano como se estivesse assistindo a um evento esportivo, completo com análise estatística que media cada aspecto da luta -- os números de mortos, as quantidades de bombas lançadas, as quantidades de balas usadas. Isto era o boletim do jogo, como o Pentágono e outros resumos oficiais chamavam, e como a imprensa, e especialmente os noticiários da televisão, reportavam.

No final, o povo Americano seguiu o General Schwarzkopf e como ele exagerou no placar: de acordo com os números, nosso lado tinha claramente ganho, até como o time de futebol que conta mais pontos ganha o seu jogo. E até semelhante com o jogo de futebol televisado, os propagandistas Americanos, incluindo Schwarzkopf, tentaram manter os Americanos ligados nos eventos sobre o campo de jogo, neste caso a batalha ostensiva entre "coalizão" e as forças do Iraque.

O lado esquerdo do boletim de jogo desligado estavam as casualidades horríveis das mulheres e crianças inocentes Iraquianas e a devastação daquela infraestrutura vital da nação. Tais quadros para a maioria tem sido, igualmente hoje, mantidos afastados do povo Americano para preservar a imagem da "guerra limpa" travada dentro dos limites do bom espírito esportivo.

Como aconteceu este trabalho de apresentação? Pense a respeito de suas responsabilidades para a guerra e para o resumo de Schwarzkopf. Não se encontra você na base do time Nacional, os Americanos e seus aliados? E você não sentiu exaltação quando narraram a você e mostraram os resultados com mapas e cartas, do mesmo modo que você poderia dizer se sua equipe favorita ganha um campeonato semelhante a super taça(do original superbowl)?

Em todo país, nos mesmos bares onde os aparelhos de televisão apresentam o "Futebol da Noite de Segunda-feira" ou "Jogo de basquetebol da Semana" (NT: famosos programas esportivos das redes Norte Americanas de televisão), houve a reportagem das celebrações barulhentas depois da "vitória" na Guerra do Golfo, semelhantes aquelas que ocorreram quando a equipe Nacional ganha tais jogos televisionados. "Sinto semelhança a que nós temos ganho a super taça", disse um vendedor de meia idade para um repórter naquela noite. "Não, melhor, semelhante a que nos ganhamos duas super taças".

Relembre nosso Hal Becker, o lavador de cérebros do Grupo Futuro que arrogantemente chama todos vocês "homo the saps" (NT: homem tolo, fazendo uma analogia jocosa com o "homo sapiens"). No passado em 1981, ele comentou sobre a experiência da guerra do Vietnã. A América, disse ele, "deseja uma vitória limpa, semelhante ao jogo de futebol. Nossa metodologia dos esportes exige isto. Quando não tínhamos obtido uma vitória limpa no Vietnã, apoiamos a guerra em fragmentos terríveis... Nós tínhamos de derrotar alguém. Então nossa psique esportiva assume e compreendemos o que acontece. Você ganha arrogância e o resultado vem nas notícias da noite".

Quando um levantamento foi feito após a guerra perguntando aos Americanos para nomear um vulto da história que eles comparavam ao General Schwarzkopf, poucas pessoas nomearam líderes militares semelhantes ao General Dwight Eisenhower ou General Douglas MacArthur. Em vez disso, muitas pessoas nomearam o último treinador da equipe de futebol Green Bay Packer, Vince Lombardi, o ganhador da primeira das duas super taças nos anos 1967-68. Lombardi é, entre outras coisas, famoso por um comentário que General Schwarzkopf admira: "Vencer não é tudo. É somente o assunto."

A psiquê dos esportes que Becker se refere esta profundamente embutida na cultura Americana. E por isto que o povo compreendeu o que General Schwarzkopf estava falando a respeito de seu "Hail Mary Play" (NT: parece ser referir a uma equipe de futebol) e é porque ele compreendeu porque estava fazendo daquela forma. E apoiado no comentário de Lombardi acerca da vitória. Seria mais apropriado chamá-lo a personalidade induzida, tipo da personalidade mística de massa, cujos valores são determinados pelas lições do campo de batalha.

Nossa devoção aos Esportes

Desejo agora focalizar a penetração em massa dos esportes dentro de nossas vidas. E aqui a televisão tem realizado um papel crítico. Entretanto nossa cultura dominada pelo esportes não começou com a era da televisão 40 anos atrás, mas foi transformada e universalizada pela televisão.

Em primeiro lugar, o total vertiginoso de esportes tem se expandido exponencialmente naquele período, bem como a tranquilidade que alguém pode participar como espectador num evento esportivo.

Deixe-nos observar alguns números básicos. De 6-8 horas cada Americano assiste televisão por dia, e 42-56 horas ele ou ela assiste TV por semana, e estimado que pelo menos de 6-8 horas envolvam programação esportiva. Obviamente, há muitas pessoas na sociedade que tem menos interesse nos esportes televisados; mulheres, por exemplo, são mais devotadas as suas novelas que aos esportes, o cálculo da assistência média é prejudicado. Entre um segmento considerável da população, especialmente da população masculina, que são viciados nos esportes, o número de horas por semana devotadas a assistir os esportes pela TV aumentará a média

para acima de 16 horas. Determinaremos isto de outro modo. Entre este segmento da população, que é demograficamente do sexo masculino na faixa dos 10 anos a meia idade, uma pessoa gasta o equivalente a um dia completo acordado, cada semana assistindo esportes pela TV. Mas o vício é igualmente pior ainda, porque entre aquele segmento da população mais viciada, os números podem ir ainda mais alto: tanto como 30 horas por semana, ou ainda mais seriam gastas na frente do tubo da televisão assistindo seus esportes favoritos.

Impossível ser sadio ? Pense a respeito disto: Você é um fã de sua equipe local de basquetebol e de sua equipe local de futebol, e além disso um fã de sua equipe local de hóquei. Cada jogo destas equipes é transmitido tanto na rede como livremente em outros canais de televisão ou na TV a cabo(a maioria dos fãs de esportes, deve ter antena de satélite que tenha acesso aos canais da TV a cabo). Sua equipe de futebol joga uma vez por semana durante a estação, num jogo que dura entre 3-4 horas; sua equipe de basquetebol joga 3-4 vezes por semana em jogos que tem a média 2-3 horas; sua equipe de hóquei joga um número similar de jogos variando por cerca de 3 horas. As estações se superpõe. Há algum conflito entre os jogos num dado dia ocorre ao mesmo tempo de outro, ou se superpõe parcialmente, mas é fácil de ver que há pelo menos 20 horas de esportes observáveis facilmente possíveis, exatamente pelo que estamos comentando.

Mas se você é um fã genuíno, então você não pode faltar ao jogo de futebol da noite de segunda-feira, mesmo se sua equipe não está jogando; e você também deseja assistir pela TV a um "importante" jogo de futebol colegial na tarde de sábado e pode também ver o segundo jogo de futebol profissional no domingo.

Nada do que estou descrevendo é forçado para o viciado "normal" dos esportes. E quando você soma tudo o que esta ai em cima, chega a 30 horas por semana durante as estações descritas (NT: Nos EEUU cada esporte tem um período de campeonato que dependendo do esporte varia de 6 a 8 meses), gasto em frente ao aparelho de TV assistindo eventos esportivos. Nós estamos excluindo destas imagens uma pessoa que comparece a um evento esportivo, se está na assistência provavelmente não está assistindo na TV o jogo -- embora tem havido um aumento do número de pessoas que levam sua televisão Sony portátil para os jogos.

Eliminando também os esportes extremamente populares semelhantes ao golfe, tênis, lutas, e box, e concentrando-se naqueles que são considerados os esportes maiores -- baseball, futebol, hóquei, e basquetebol -- os lavadores de cérebros que levantaram o perfil da população Americana, encontraram aquilo parece ser um vício universalizado para todos estes esportes. Maioria dos aficionados assistirão todos esportes nomeados, com a possível exceção do hóquei, que ainda necessita de mais equipes e por esta razão de fãs em muitas partes do país. Este processo de universalização é o resultado da proliferação das equipes estimuladas pelas taxas das televisões e audiência em massa criada pela televisão.

Esportes e TV

No despertar da era da televisão em 1950, havia somente um esporte verdadeiramente Nacional, o baseball, que tinha uma temporada de 152 jogos, competindo de Abril a Outubro, quando a Série Mundial é jogada, por 20 equipes divididas em 2 ligas. A liga de Futebol Nacional tem um planejamento de competição de setembro a dezembro, com jogos simples de campeonato. A Associação Nacional de Basquetebol tinha muito menos equipes que hoje, jogando durante um pequeno período culminando nas séries de campeonatos, enquanto que seis equipes da Liga Nacional de hóquei, com equipes somente em Nova York, Boston, Detroit, Chicago, Montreal e Toronto, jogando de Outubro a Março e uma temporada de 50 jogos, culminando no desafio da Copa Stanley.

Agora, 40 anos depois da proliferação em massa da televisão e 15 anos depois do início da penetração em massa das redes paga de televisão, futebol e basquetebol tem se ligado ao baseball como os verdadeiros esportes nacionais, com o hóquei expandindo-se sua base regional.

Existem agora 28 equipes de baseball jogando uma temporada de 162 jogos, estendendo de Abril a Outubro, com um treinamento de verão de Fevereiro até Abril que apresenta alguns jogos televisionados; a temporada culmina em decisões, que no momento crítico termina nas Séries Mundiais. A Liga de Futebol Americana tem 28 equipes nas duas divisões jogando num esquema de 16 jogos disputando de Setembro até fim de Dezembro quando os desafiados são levados a final no mais singular evento esportivo, a Super taça no fim de Janeiro. A Liga Americana de Basquetebol tem 27 equipes jogando uma tabela de 82 jogos, que são disputados de Outubro até o início de Abril, com as decisões podem chegar até Maio. A Liga de Hóquei agora tem 24 equipes numa temporada de 82 jogos disputados de Outubro a meados de Abril, com as decisões para serem disputadas até o início de Junho.

Há agora uma completa imersão na lavagem cerebral do circuito anual de esportes, de surpreendente quantidade de Americanos. Como as ligas esportivas se expandiram, as temporadas se alongaram, o viciado está se tornando mais viciado e o aparelho de televisão é maior fonte para sua dose de entorpecente.

Antes da televisão, os quatro esportes de espetáculos de massa sob discussão tinha um total primitivo de assistência de 30 milhões (gráficos de 1950, aproximado). No momento, o global de assistência pessoal é mais que o triplo que o gráfico.

De qualquer modo, bem acima de 1 bilhão de pessoas assistem tais eventos na televisão em rede Mundial. A assistência da televisão para a super taça isoladamente e mais de 100 milhões de pessoas nos Estados Unidos e mais outros 200 milhões na rede mundial! De acordo com algumas estimativas, na virada do século, com a adicional penetração na América pelo sistema de cabo, a assistência dos eventos maiores dos esportes será quase o dobro. E lembre, nós não temos igualmente incluído o futebol colegial ou outro esporte popular na previsão.

Não estamos falando aqui a respeito dos muitos bilhões de telespectadores que assistem cada um, o simples e evento esportivo diferente. Nós estamos falando a respeito do tele-espectador viciado em várias centenas de eventos do segmento da população em que se conta várias vezes 10 milhões e a assistência de uma centena ou mais de tais eventos por um outro segmento que é o dobro ou triplo daquela previsão.

A psicologia do fanático

Como tínhamos aprendido nas seções anteriores deste relatório, o processo de lavagem cerebral mental altera ou cria valores sociais existentes nos hábitos do telespectador viciado. E isto nos leva ao primeiro ponto de nossa tese, que muitos de vocês viciados nos esportes podem duvidar quando primeira vez apresentamos. Seu costume repetido de assistência dos esportes, especialmente os esportes televisados, alterou o modo como você pensa. De fato, mais você assiste os esportes, menos capaz você está do raciocínio moralmente instruído. Você está perdendo sua mente para seu fanatismo, para seu vício esportivo.

Os esportes são totalmente desimportantes e uma atividade inexpressiva para existência humana. Se uma equipe ou outra ganha um jogo particular, se estar o jogo numa liga menor de basebol ou na super taça, é totalmente e absolutamente inexpressivo para presença e futura existência da civilização humana neste planeta.

O problema é que a maioria de vocês realmente não acredita nisto. Oh, você pode admitir em teoria tudo correto. Você sabe que se o Redskins ou os Cowboys vencerem ou não vencerem faz alguma diferença como a depressão terminou. Mas os esportes são parte de sua vida mental privada, são semelhantes a uma posse pessoal que tem pouco valor real objetivo, mas para você tem uma grande parte de subjetividade, e valor emocional. E você realmente não gosta de alguém falando o que fazer acerca destas partes pessoais de sua vida. Você é da espécie que se ofende com isto?

Mas agora considere uma boa perspectiva de si mesmo. É domingo a tarde. Você senta defronte ao aparelho de televisão, suas mãos suando, sua equipe favorita de futebol está bloqueada num apertado jogo com seu cruel rival. O relógio está avançando. Mais uma boa jogada e estarão ao alcance do gol vitorioso. O passe é completado. Você impele sua mão fechada para o ar, exatamente como no estádio a multidão ruge sua aprovação através do som do aparelho de televisão. Suas mãos estão úmidas com o suor; a multidão está encorajando. Eles se alinham para o gol. Você não pode sentar ainda; levanta da cadeira. Agora, você não pode igualmente assistir a Tv e tirar os olhos do vídeo. O chute é dado. "É ... É goool," diz o locutor e você salta para cima e para baixo, como os fãs nas arquibancadas são mostrados celebrando. Eles ganharam, pensa você, e se sente poderoso. Se o chute tivesse falhado para marcar, e sua equipe tivesse perdido, você teria sentido mal e deprimido e também todos outros torcedores, tanto no estádio como os que estavam assistindo em seus aparelhos de TV.

Nas três horas ou mais daquele jogo, o mundo exterior ao aparelho de TV deixa de existir. Pessoas estavam morrendo na Bósnia. Outros estavam morrendo de fome na África. No alcance de poucas milhas do estádio, jovens estavam se destruindo com drogas. A economia continuava ir para o inferno. Mas aquelas três horas e especialmente aqueles poucos momentos, este mundo, o mundo que importa, não existe.

Emocionalmente este jogo e todos outros jogos, em um grau ou outro, significa alguma coisa para você. Isto é o emocionalismo infantil que nós estamos falando a respeito. Não envolve absolutamente sua capacidade racional; desvia-se completamente, colocando-o dentro de um estado de fantasia emocionalizada, desfigurando seu poder de raciocínio criativo do mesmo modo como uma fantasia sexual intensa.

Se alguém tentasse negar a você a sua fixação, ao desligar suas 7 a 30 horas de esportes da televisão por uma semana ou reduzisse suas horas de visão, gritaria maldito assassino e talvez o ataque fisicamente quem quer tentasse obrigar uma inoportuna mudança no seu comportamento viciado. Isto é o quanto viciado você está em sua fixação emocional aos esportes. E isto é uma das formas pelas quais você está com o cérebro lavado pela televisão (NT: os esportes ainda são uma das formas pouco utilizadas no Brasil para lavagem de cérebros, mas tente tirar algum amigo já viciado de frente da TV em algum jogo importante, ou pense quando seu filho ou esposa traz algum problema para você durante algum jogo que você está assistindo, você abandonaria a televisão e os atenderia?...).

Desligue sua TV--Parte X por Lonnie Wolfe

Transformando os Esportes em uma Religião Secular

A mesma base teórica que estava por trás da lavagem cerebral em massa da Alemanha Nazista e encontrada no fenômeno de massa dos espetáculos esportivos. A principal tese de Sigmund Freud em "Psicologia das Massas e o Estudo do Eu" é de que massas de pessoas podem ser organizadas em torno de apelos emocionais. As manifestações públicas, por exemplo, não apelam a razão, mas as emoções. Os mais poderosos desses apelos são os que atingem o inconsciente, pois tem o poder de dominar e por de lado a razão.

"A massa nunca teve sede de verdade", escreve ele. "Ela exige ilusões e não pode viver sem elas. Ela constantemente atribui ao que é irreal precedência sobre o real; e quase tão influenciada pelo que é falso quanto pelo que é verdadeiro. Ela tem uma tendência evidente para não distinguir entre as duas coisas.

Freud afirma ainda que nessas condições, com a razão humana dominada pelo emocionalismo e sem poder ou querer procurar a verdade, o indivíduo em uma massa ou multidão perde a consciência moral ou o que Freud chama de ego ideal. Isto não é necessariamente uma coisa ruim para o indivíduo, o mal que Freud proclama, pois a consciência moral, que ele mais tarde chamou de "Sobre o Eu" ou "superego" faz com que o homem reprima doentamente seus instintos básicos; esta, segundo Freud, é a causa das neuroses.

Em uma multidão organizada em torno das emoções humanas, o indivíduo mostra uma tendência de se "deixar levar", de se libertar de todas as inibições morais e sociais: "Isolado, ele pode ser um indivíduo civilizado; em uma multidão, comportar-se como um bárbaro--e uma criatura que age por instinto... Nada no modo como a pessoa se comporta, quando está no meio de uma multidão é premeditado..."

"Ela [a multidão] não pode tolerar qualquer demora entre seus desejos e a satisfação desses desejos", escreve Freud, afirmando que é por isso que o indivíduo se mostra tão disposto a se tornar parte de uma poderosa experiência de massa capaz de atender a esses desejos emocionais.

Multidões desse tipo, observa Freud, regrediram ao estado mental de crianças. Elas agem, não de acordo com a razão, mas de acordo com desejos irracionais, emocionais. Neste estado emocional, irracional, os indivíduos são facilmente manipulados por líderes capazes de fazer com que a escala de valores das massas corresponda às suas fantasias infantis.

Vamos dar uma olhada em um típico público esportivo.

Você está assistindo a uma partida de hóquei profissional. Ao seu lado estão sentados um contador e um professor secundário, ambos de meia idade. Abaixo de você está um casal de adolescentes; ao lado deles está um banqueiro e bem atrás de você estão um casal de advogados com os filhos, dois meninos. É um jogo equilibrado. "Acerte esse vagabundo", grita o advogado. "Não de moleza para ele!" "Pau nê!", grita o filho do advogado. "Use o corpo!". Começa uma briga entre dois jogadores.

A multidão se levanta e começa a aplaudir quando um jogador do time da casa acerta vários socos no adversário, que começa a sangrar. Os advogados são os que mais aplaudem. Quando são anunciadas as penalidades, o herói do time da casa recebe mais palmas enquanto os juizes escoltam os jogadores até as "penalty boxes" (NT: No hóquei o jogador faltoso é retirado do jogo e fica segregado em pequenos quadrados cercados na lateral do jogo).

Finalmente, o jogo recomeça. Um jogador do time da casa tem uma boa oportunidade de tentar o gol. O pequeno "puck" preto atinge a rede atrás do goleiro adversário. É gol. A multidão aplaude. O banqueiro fica tão excitado que derrama cerveja no casal de adolescentes. Todos estão rindo. Todos estão felizes, comemorando o gol do time da casa.

Os adultos e crianças dessa multidão se comportaram de forma diferente? Não. O que acabamos de descrever é um exemplo dos infantilismos das massas a que nos referimos.

Agora pense por um momento no jogo de futebol transmitido pela televisão a que nos referimos anteriormente. A pessoa que mencionamos não estava na multidão, mas assistia ao jogo em sua sala de estar. Mesmo assim, tinha as mesmas reações emocionais que se estivesse no estádio. Isso demonstra o poder da televisão de modificar o comportamento das pessoas, no que os especialistas em lavagem cerebral chamam de multidão generalizada.

Na era da televisão, existem duas audiências para um espetáculo esportivo: a que está presente no local e a que está assistindo ao espetáculo pela televisão. A primeira platéia é limitada pelo tamanho do estádio; mesmo os maiores estádios não podem receber mais do que 100.000 pessoas. Por outro lado, o número de telespectadores, principalmente no caso de um grande acontecimento esportivo, como um jogo de futebol decisivo, pode chegar a milhões.

Os espectadores no estádio e os telespectadores estão ligados pela percepção comum do que se passa no campo. Eles não ignoram a existência um do outro. O fanático que está em casa ouve a multidão gritar no receptor de televisão e vê a imagem das arquibancadas lotadas. O torcedor que foi ao jogo sabe que a partida está sendo assistida por milhares de telespectadores, porque ele mesmo e os amigos estão acostumados a assistir a espetáculos esportivos pela televisão. "Se eu estivesse em casa, estaria vendo este jogo", pensa ele. Sempre que vai ao estádio, procura atrair a atenção dos operadores das câmaras de TV, para que possa ser visto pelos telespectadores.

Os especialistas em lavagem cerebral, como Fred Emery, do Tavistock, observaram este fenômeno. Alguém que esteja assistindo a um programa musical na TV tem apenas uma idéia vaga de que outros também estão assistindo, o que produz uma certa sensação de isolamento. Por outro lado, o espectador de um evento esportivo tem perfeita consciência da existência de outros espectadores, afirmam os especialistas em lavagem cerebral, e portanto participam de uma experiência coletiva a qual atribuem enorme importância. A percepção de importância é auto-alimentada: se milhões de pessoas estão fazendo a mesma coisa ao mesmo tempo, ela deve ser importante.

Todo evento esportivo, portanto, adquire um significado psicológico para o espectador. Ele passa a ser uma ligação emocional entre o espectador e um milhão ou mais de pessoas. Algumas pesquisas psicológicas recentes, realizadas com americanos entre 15 e 50 anos de idade, mostraram que quando se pediu aos entrevistados que fornecessem uma lista de eventos importantes que ocorreram durante a sua vida, um número muito grande citou eventos esportivos e muitos mencionaram eventos específicos.

Da mesma forma, especialmente entre os homens, esta co-participação nos espetáculos esportivos cria um senso de coleguismo entre os torcedores. Um fã dos Mets que encontra na rua alguém que esteja usando um boné com o logotipo dos Mets logo sente uma certa camaradagem em relação ao desconhecido. Acena para ele, e talvez cerre o punho, mostrando solidariedade em relação a "causa". A mesma pessoa por princípio evitaria olhar para um mendigo ou mesmo para outra pessoa do seu nível social. Assim, a experiência dos espetáculos de massa vai além do tempo de duração de uma partida ou mesmo de uma temporada para se tornar uma parte da personalidade, um processo de identificação infantil com objetos e emoções.

A conclusão a que estamos querendo chegar é que as pessoas que assistem habitualmente a espetáculos esportivos, tem sua personalidade modificada, porque passam a reagir a situações a partir de um conjunto de pontos de referência determinados pela emoção. Como já dissemos, isso tende a tornar os indivíduos mais estúpidos e irracionais.

Isto não é algo que possa ser ligado e desligado a vontade, como um receptor de televisão. Assim como explicamos anteriormente que as mensagens ocultas da televisão ficam com você mesmo quando o aparelho está desligado, voltando a aparecer até anos depois, este padrão de reações emocionais, irracionais produzido pelo hábito de assistir a espetáculos esportivos, fica com você.

Reação Automática

Agora pense no que dissemos a respeito da Guerra do Golfo e do discurso do General Norman Schwarzkopf explicando de que forma o plano de ataque ao Iraque tinha assegurado a vitória militar. Procure se lembrar da sua reação a esse discurso, que de forma tão óbvia e consciente lembrava a entrevista coletiva de um técnico de futebol depois de uma vitória importante. O discurso não despertou em você o mesmo tipo de reação emocional que você teve quando o seu time ganhou um jogo decisivo? Você não teve vontade de levantar o punho cerrado e dizer: "Demos uma surra naqueles iraquianos. Acabamos com eles?" Foi a sua mentalidade esportiva, reagindo automaticamente.

As pessoas que organizaram a entrevista coletiva sabiam que você tinha sido programado para reagir assim. Usando a linguagem dos esportes para descrever a guerra, provocaram uma reação infantil automática associada aos esportes, limitando sua capacidade de analisar criticamente o que estava ouvindo.

Um mês antes, a Superbowl de 1991 entre os New York Giants e os Buffalo Bills apresentaram um espetáculo no intervalo, produzido em Hollywood, com a cooperação irrestrita do Departamento de Defesa, dedicando o jogo ao esforço de guerra, então em sua fase de violentos bombardeios aéreos. Com 80.000 pessoas na arquibancada usando fitas amarelas em homenagem aos soldados, ondas de aviões militares sobrevoaram o Orange Bowl. Mais de 150 milhões de pessoas neste país assistiram ao espetáculo, que terminou com a cantora de rock Whitney Houston "assassinando" o Hino Nacional. (Sua interpretação, incluindo os fogos de artifício, foi transformada em clip de rock e logo se tornou a música campeã de vendas nos Estados Unidos).

Como vários comentaristas observaram, a Superbowl tinha se transformado no maior movimento de apoio a guerra da história do mundo. Foi o espírito da Superbowl que o "técnico" Schwarzkopf evocou, propositadamente, durante a sua entrevista.

Seja Como Mike

Vamos mudar ligeiramente de enfoque. Você e seu filho estão assistindo a uma partida de basquete muito disputada. Faltam apenas alguns segundos para o jogo terminar. Michael Jordan, o superastro dos Chicago Bulls, pega a bola no meio da quadra. "Tudo depende desta jogada", diz o locutor. "Tudo depende de Michael. Estão abrindo caminho para ele". O locutor fica em silêncio, enquanto o relógio mostra o tempo que falta em décimos de segundos. Faltam menos de dez segundos. Jordan se aproxima da cesta. De repente, perto do garrafão, ele faz uma finta para a esquerda e corre para a direita, lançando-se no ar. Passa miraculosamente por uma barreira de braços e faz a cesta. O relógio mostra que o tempo acabou. "Ele conseguiu!", exclama o locutor. "Ou talvez seja melhor dizer: ele conseguiu mais uma vez! Maraviiilha!"

Você já parou para pensar no que passa pela cabeça do seu filho enquanto ele esta assistindo a um jogo como esse? Por um lado, ele esta concentrado na tela, acompanhando de perto a ação. Mas algo mais esta acontecendo. Ele esta imaginando que podia "Ser Como Mike", como diz o anúncio de um refrigerante, que podia ser famoso e espetacular como Jordan ou outro atleta de sucesso. Ele vai tentar por em prática esta fantasia, talvez tentando copiar algum maneirismo do atleta superastro ou, em certas circunstâncias, comprando o produto que o atleta anuncia. Os heróis esportivos tendem a ser imitados pelos jovens. E você? Como encara os mesmos eventos? Você é uma pessoa de meia idade. Já passou da idade de se tornar um superastro. No fundo do coração, sabe que não pode "Ser Como Mike" nesse seu velho corpo de 35 ou 45 anos. Mas o "sonho" não morre com facilidade: você ainda pode recordar fantasias e experiências da sua mocidade e associá-las ao que esta vendo na televisão. Voce poderia ter sido como Mike, se tivesse tido uma oportunidade. Voce foi "transportado" para um estado infantil, através de associações e identificações com experiências da juventude. Isto se tornou possível graças a cultura hoje universal dos esportes e principalmente dos esportes vistos na televisão; você se lembra de um jogo a que assistiu ou mesmo de que participou, de uma experiência semelhante a que está presenciando na tela. É este poder de estimular associações com um passado infantil, distorcido, que faz com que os espetáculos esportivos mexam com as emoções das pessoas. Eles são uma forma de anular a realidade do mundo atual, substituindo-a por uma fantasia de que participa o seu eu infantil.

Frequentemente, o hábito de assistir a espetáculos esportivos acaba por criar um falso passado para o indivíduo; de tanto imaginar uma fantasia da infancia, ele acaba por confundir-la com a realidade. Muitos homens que nunca chegaram nem perto de um campo de futebol são capazes de dizer aos amigos que foram da seleção do colégio. O hábito de assistir a espetáculos esportivos estimula a parte mais infantil de uma pessoa, e esse infantilismo muitas vezes leva a uma distorção do verdadeiro eu e do passado do indivíduo, impedindo o raciocínio criativo. Nada disso começou com a televisão; vem acontecendo há muito mais tempo que isso. Entretanto, como já dissemos, a proliferação dos espetáculos esportivos através da televisão estendeu esta neurose a maior parte da população adulta.

Lavagem Cerebral por números

Já comentamos também que os fanáticos tem uma forma própria de se comunicar uns com os outros. A linguagem dos esportes, isto é, os termos usados para descrever as várias jogadas, regras etc. dos esportes mais populares, foi incorporada a linguagem popular. E por está razão que a entrevista de Schwarzkopf foi tão bem compreendida pelo público. Uma boa parte da linguagem dos esportes e composta por números --a série infundável de informações estatísticas usada para quantificar e portanto analisar o que está acontecendo no campo de jogo. Esses números são totalmente inúteis para a vida cotidiana. Eles não dizem nada a respeito do mundo real ou de coisas que poderiam ser importantes para a vida diária. Mesmo assim, é fácil de constatar que mais pessoas sabem qual foi o desempenho dos lançadores no jogo de beisebol de hoje entre os Yankees e o Orioles do que qual foi a cotação de fechamento do dolar em Tóquio.

Meu pai uma vez me contou uma história que demonstra a futilidade dos "números" esportivos. Quando era moço, trabalhava em uma transportadora e estava subindo de elevador com um amigo. Ele e o amigo estavam fazendo uma comparação entre as médias de acerto dos batedores dos Brooklyn Dodgers e dos New York Giants, discutindo furiosamente a respeito dos méritos dos jogadores. Mais tarde, naquele mesmo dia, meu pai foi chamado ao escritório do presidente da companhia, que queria saber os preços de algumas válvulas de bronze. Um dos preços estava faltando. -Quanto custam estas aqui? - perguntou o presidente. -Não sei, respondeu meu pai. - Vou ter que procurar. -Eu estava no elevador hoje de manhã. Disse o presidente, aborrecido. -Você teria a resposta na ponta da língua se eu lhe perguntasse a media de acertos de Willie May. Você sabe isso de cor, mas tem que procurar o que é pago para saber!

Mas além de criar um entulho inutil e sem sentido nas mentes de milhões de torcedores, a explosão de estatísticas que envolve os esportes tem outro efeito mais importante. Ela cria nas pessoas a tendência de julgar tudo através de números, e, assim fazendo, as torna mais suscetíveis a uma lavagem cerebral através de pesquisas de opinião pública do tipo que discutimos em capítulos anteriores.

Os próprios pesquisadores já observaram este fato. Eles dizem que os americanos foram condicionados pelas estatísticas esportivas a aceitar os resultados estatísticos das pesquisas como verdades absolutas.

É fácil entender por que se analisarmos uma discussão típica de esportes. - Preste atenção - diz um dos interlocutores. - Estou dizendo que Conseco não joga a metade do que joga Cal Ripken. - Ah, é? - protesta o outro. - Não é o que dizem os números. Conseco tem mais "home runs", mais "runs" em... - Certo, mas Ripken tem uma média maior de acertos desde que começou a carreira e participou de 1.730 jogos consecutivos - argumenta o primeiro. "Debates" como esse ocorrem milhões de vezes, todos os dias. Em cada um deles, as estatísticas são usadas como medidas absolutas. Elas são aceitas como fatos a serem citados em discussões.

Os resultados de pesquisas de opinião são apresentados da mesma forma. Como consequência da lavagem cerebral sofrida no terreno dos esportes e das estatísticas esportivas, não ocorre a ninguém a possibilidade de que esses resultados sejam fraudulentos. "Quero ver os números", diz o aficionado de esportes. "Se está nas estatísticas, é verdade".

Esse raciocínio estatístico, com tudo dividido em categorias bem definidas, com os fatos representados como colunas de objetos contáveis, está de acordo com uma representação aristotélica do universo. Ele leva a uma interpretação linear, a uma realidade fixa.

A Verdade, da forma como a definimos neste trabalho, não pode ser definida através de um conjunto de objetos definidos estatisticamente. Ela está associada ao processo de raciocínio criativo que determina as hipóteses com relação as mudanças. O método Socrático, praticado por Platão e pelos grandes pensadores cristãos, como Santo Agostinho, procura a Verdade no que não pode ser contado e na rejeição de um universo fixo, enumerável. É uma qualidade da mente, a mesma qualidade do raciocínio criativo que permite que o homem participe da criação de Deus e o distingue do animal.

O hábito de assistir a espetáculos esportivos leva a uma fixação em números e a uma representação estatística da Verdade. Esta fixação reduz neuroticamente a capacidade da mente de raciocinar da forma socrática, necessária para descobrir a Verdade.

O Doença do Jogo

A fixação em números dos fanáticos por esportes também leva a outro vício: o jogo. As apostas esportivas, tanto legais como ilegais, através de um sistema de casas de apostas controlado pelo crime organizado, e um negócio que movimenta anualmente centenas de bilhões de dólares. Como os próprios esportes, este negócio é controlado e encorajado pela Dope, Inc., um cartel internacional de drogas que usa o processo de apostas para lavar o dinheiro das drogas.

O fanático por esportes que se transforma em jogador começa a prestar atenção apenas no aspecto numérico dos jogos, reduzido as chamadas cotações. De acordo com estudos realizados, ele não se importa muito com as equipes e tende a "gostar" de um time apenas se ganha dinheiro com ele. Para isso, para ganhar dinheiro com apostas, não é preciso que o time vença os jogos que disputa, mas apenas que perca por menos pontos do que o esperado.

Em última análise, a emoção do jogador consiste em se colocar a mercê dos deuses da Sorte. Ele pode fazer de conta que seus métodos são científicos, que existe um "sistema" por trás das suas apostas. Entretanto, qualquer jogador sabe que o que o estimula a continuar a jogar e a sensação de vitória, a sensação de que derrotou os deuses da Sorte.

As pesquisas mostram que o número de pessoas que sofrem da neurose das apostas esportivas, uma variação da neurose dos esportes, está aumentando. Enquanto alguns funcionários do governo se mostram preocupados com este fenômeno, a verdade é que o próprio governo está estimulando diretamente as apostas esportivas. Vários estados, como Washington, já legalizaram as apostas em diferenças de pontos no futebol e outros esportes, com o argumento de que isso representa uma forma de aumentar a arrecadação do estado e se o estado não explorasse o jogo, outros tomariam o seu lugar.

Alguns estudos preliminares revelaram, porém, que espetáculos esportivos anunciados e patrocinados pelo governo encorajam as apostas por parte de pessoas, que de outra forma não apostariam.

Aprendendo a "Torcer"

Isso nos leva de volta a discussão a respeito de quem é responsável pelo aumento do número de viciados em esportes nos Estados Unidos e do papel que a televisão tem desempenhado neste processo.

Como vimos, antes do advento da televisão, havia apenas um esporte nacional de verdade, o beisebol, e seu efeito sobre a população era limitado. Naquele período pré-televisão, o fanatismo por esportes dentro de uma determinada população dependia da possibilidade de assistir aos jogos, tanto da "primeira divisão" como da segunda. O meio de comunicação de maior penetração na época, o rádio, mantinha o interesse dos torcedores quando eles não podiam comparecer aos jogos, mas a eficácia desse meio de comunicação para promover o fanatismo dependia da possibilidade de assistir aos jogos.

Isso nos leva a uma importante observação a respeito do modo como funciona o processo de lavagem cerebral. O processo pelo qual alguém se torna fanático por esportes é culturalmente aprendido. A cultura americana ensina aos cidadãos a torcer, a responder aos estímulos que despertam respostas emocionais, infantis no indivíduo.

Há algumas décadas atrás, eu estava assistindo a um jogo dos Mets no antigo Polo Grounds, em Nova York. Pelos padrões do beisebol, era um jogo "emocionante", com a torcida muito "ligada" no que se passava em campo. Não pude deixar de notar um homem no nosso setor da arquibancada ele parecia totalmente "desligado". Continuou sentado em silêncio quando todos os espectadores em volta se levantaram para aplaudir um "home run" do time da casa. A princípio, pensei que estivesse torcendo pelo outro time. Entretanto, vi que manteve a mesma atitude impassível quando eles também fizeram um "home run". Resolvi perguntar a ele se havia algum problema. -Eu sou inglês - explicou. -Achei que se lesse alguns livros sobre beisebol, poderia acompanhar o que estava acontecendo, mas simplesmente não consigo entender a razão de tanto entusiasmo. Exemplos como esse tendem a desmentir a afirmação de LeBon de que o comportamento das multidões se baseia no que ele chama de contágio, ou simples imitação do que os vizinhos estão fazendo. A observação de Freud de que uma multidão deve ser condicionada a responder a eventos ou dirigida por um líder parece mais correta. A torcida de um jogo de beisebol é culturalmente orientada, condicionada por uma cultura de espetáculos esportivos para apresentar as reações emocionais infantis "apropriadas" ao que se passa em campo.

O inglês, que me contou que era fanático por esportes dentro de sua própria cultura--suas obsessões eram o críquete e o futebol--se sentiu totalmente "perdido" por não encontrar no beisebol os estímulos a que estava habituado.

A intensidade da ligação de uma pessoa a uma experiência esportiva--a gravidade do seu vício--depende de uma experiência visual; não basta ler a respeito do evento ou ouvir uma narração pelo rádio. Em outras palavras, é preciso assistir a um espetáculo esportivo para ser "fisgado". Quando mais você assiste, mais se vicia, mais infantis são suas reações. e mais prejudicada fica a sua capacidade de raciocínio, pelas razões já expostas.

A televisão é o veículo perfeito para a promoção de espetáculos esportivos para fins de lavagem cerebral. Ela fixa a mente nas imagens do campo de jogo, imergindo totalmente a vítima da lavagem cerebral na experiência esportiva. Como tem mostrado os estudos realizados por analistas dos meios de comunicação, a televisão recria a emoção de estar presente ao evento, estabelecendo uma identidade entre todos os que estão assistindo em casa e todos que estão presentes na arquibancada, de uma forma que os locutores esportivos de rádio mais competentes não podem imitar.

Pense por um momento na forma como você aprendeu a torcer por um time. Não é verdade que sua primeira recordação dos espetáculos esportivos e assistir a um jogo com seu pai ou irmão? Você aprendeu que era correto reagir emocionalmente ao que você via no estádio ou na tela. Você imitou o comportamento infantil dos mais velhos ao torcer pelo seu time. Também não é verdade que suas primeiras discussões a respeito de assuntos aparentemente adultos envolveram conversas sobre os times em que seus pais, irmãos ou irmãs estavam interessados?

Este padrão de comportamento é observado mesmo em locais onde o comparecimento aos eventos esportivos não é possível ou é possível apenas com grande dificuldade. Isso acontece graças a televisão.

Quem Controla o Seu Traficante?

Como já mostramos anteriormente, tudo que você vê na televisão é o resultado de decisões tomadas por uma pequena elite. Essa elite controla as redes de televisão, os canais de TV a cabo e os grandes estúdios e é controlada, por sua vez, por conglomerados financeiros com sede em Nova York, Londres e outros centros financeiros.

Esses são os homens que matriculam os especialistas em lavagem cerebral em lugares como o Instituto Tavistock e a Escola de Frankfurt. Foram eles que patrocinaram e promoveram os trabalhos de pessoas como Sigmund Freud e Carl Jung, e foram eles os responsáveis, em última análise, pela ascensão de Hitler ao poder. Como vimos, eles vem usando a televisão como seu principal instrumento de lavagem cerebral em massa.

Foi essa elite que aprovou a proliferação e promoção maciça de espetáculos esportivos na televisão como forma de lavagem cerebral, da mesma forma como os ancestrais usavam os espetáculos romanos, com suas lutas de gladiadores e outras competições

esportivas, para controlar as massas. Com a aprovação dessa elite, bilhões de dolares em dinheiro da televisão foram investidos na promoção e expansão da National Football League (NFL), da National Basketball Association (NBA) e da National Hockey League (NHL), além das ligas de beisebol.

A partir do final da década de 1940 e durante boa parte da década de 1950, a programação esportiva na televisão representou o maior bloco isolado de um tipo específico de programas, fazendo com o que os esportes atingissem um grau de penetração jamais conseguido na história.

As próprias equipes esportivas, até recentemente, eram propriedades de poderosas famílias, muitas das quais tinham ligações com a elite financeira ou com o crime organizado, sancionado e controlado por essa elite pela Liga Anti-Difamação de B'nai B'rith (ADL). A família Mara--que é dona do time de futebol dos New York Giants--e a família Yawkey--que é dona do time de beisebol dos Boston Red Sox--são exemplos típicos. Os times esportivos são frequentemente passados de geração em geração nessas famílias, da mesma forma como os ricos herdaram os bens dos antepassados.

No início, boa parte desse dinheiro vinha de fábricas de bebidas, que por sua vez se ligaram a organizações criminosas na época da Lei Seca, como o grupo de Rupert, que já foi dono dos New York Yankees. Algumas dessas ligações com a "cerveja" permanecem até hoje; bastar pensar na ligação entre a família Busch e o time de beisebol dos St. Louis Cardinals.

Em época mais recente, tem havido uma ligação cada vez maior entre os esportes e a Dope, Inc, e sua seção de defesa e propaganda, a ADL. Frequentemente, esses interesses envolvem a propriedade de times por parte de grupos financeiros; assim, por exemplo, a família de George Bush está envolvida com o time dos Texas Rangers. Ocasionalmente, eles aparecem sem disfarces, como é o caso de George Steinbrenner, um homem ligado ao crime organizado que já foi dono dos Yankees e voltará a sê-lo no futuro.

Ligações com as Elites de Comunicações

Também existe uma ligação direta entre as elites dos esportes e dos meios de comunicação. Um bom exemplo é o magnata da televisão Ted Turner, proprietário do Cable News Network e dos Atlanta Braves. Outro exemplo é a Time/Warner, que é dona do Madison Square Garden, do time de hóquei do New York Rangers, do time de basquete do New York Knicks e da rede de TV a cabo MSG, especializada em esportes.

Por influência dos oligopólios que controlam a nossa política, os esportes profissionais receberam importantes regalias com relação a legislação antitruste, o que permitiu que as grandes equipes esportivas passassem a operar como se fossem um truste, na pior acepção do termo. As grandes equipes podem fixar os preços dos ingressos, assinar contratos com a televisão, estabelecer os salários e indenizações etc.

Isso resultou na criação de um fundo de bilhões de dolares para promover os espetáculos esportivos; como geralmente acontece com os vícios coletivos, são os próprios viciados--os fanáticos por esportes--que financiam a expansão do seu vício. No momento, as vendas nos Estados Unidos relacionadas a esportes--ingressos, equipamentos, assinaturas de TV a cabo, livros e revistas, mas excluindo os salários dos jogadores e os contratos com a televisão--totalizam centenas de bilhões de dolares por ano.

Recebendo Sua Dose Diária

Se os esportes são um vício que destrói a mente, a televisão é o seu maior traficante. E através da TV que a maioria dos viciados em esportes recebe sua dose diária.

De acordo com um estudo da indústria, em um dia qualquer do ano, seja qual for a temporada, aproximadamente 30 milhões de receptores de TV estão sintonizados em eventos esportivos. Óbvio, em certos dias, quando são disputados jogos especiais, como a World Series ou os jogos decisivos do basquete, esses números podem dobrar, triplicar ou mesmo quadruplicar. No caso de um evento como a Superbowl, o número pode ser ainda maior.

Nos primórdios da televisão, os programas esportivos, ao mesmo tempo que ajudaram a aumentar o interesse pelos espetáculos esportivos, também contribuíram para que a população se viciasse em ver televisão. No início da década de 1950, quando um grande número de americanos comprou aparelhos de televisão pela primeira vez, mais da metade dos compradores citou a programação esportiva como a razão principal para a compra. Isso não é de espantar: mais de 30 por cento das pessoas que compram jornais estão interessadas principalmente na seção de esportes e mais da metade afirma que lê as páginas de esportes em primeiro lugar e mais demoradamente que as outras seções.

As temporadas de esportes podem ser comparadas a uma novela que dura vários meses sem que os espectadores conheçam o final de antemão. Assim, cada competição esportiva tem um passado, uma história que envolve os times participantes e suas conquistas em anos anteriores. Tem um presente, os eventos relativos a cada um dos jogos. E tem um futuro, pois embora o resultado de um jogo em si seja final, o vencedor da temporada, como um tudo, ainda é desconhecido.

Quando a temporada termina, resta sempre o próximo ano. "Espere até o ano que vem" e o que dizem os torcedores dos times que perderam. Uma pessoa que torce por vários times também pode dizer: "Espere até a próxima temporada", na esperança de que o time para o qual ele torce em outro esporte se saia melhor do que o que acabou de "decepcioná-lo".

Dessa forma, o espectador é programado para passar de jogo para jogo, de esporte para esporte, sem sair do sofá. Os espetáculos esportivos, especialmente as grandes competições, estão portanto na mesma categoria que as novelas, no sentido de que tendem a se tornar um hábito. Não deve surpreender ninguém, que os especialistas em lavagem cerebral que estudaram a reação dos espectadores a televisão, soubessem disso desde o começo.

Nada disso funcionaria se a televisão não fosse capaz de levar a experiência de lavagem cerebral aos indivíduos de forma efetiva. A câmara de TV limita o ponto de vista, ela pode isolar o espectador da experiência coletiva descrita por Freud e outros.

No início, a televisão, embora capturasse a emoção de poder assistir ao vivo a um espetáculo esportivo, muitas vezes não dava ao espectador a sensação de que outros milhões de pessoas estavam assistindo junto com ele. Em parte, isso devia as limitações da nova tecnologia. O uso de uma única câmara tendia a fixar o ponto principal de ação em cada jogo e quase não se ouvia a torcida, em parte porque os locutores falavam demais. Por terem começado no rádio, descreviam o que se passava em campo com excessiva riqueza de detalhes, esquecendo-se de que os telespectadores podiam ver o que estava acontecendo.

Hoje em dia, quase todos esses problemas foram corrigidos. O progresso tecnológico tornou possível mostrar a mesma cena de vários pontos de vista, com o uso de várias câmaras e repetição instantânea em câmara lenta. Nas primeiras transmissões esportivas, costumava-se usar apenas um câmara; hoje em dia, em um jogo de futebol, por exemplo, podem ser utilizadas 10 a 15 câmaras. O uso de microfones para captar o som da torcida e misturá-lo a narração, torna a transmissão mais realista. Além disso, o aumento da resolução e do tamanho das imagens mostradas na tela faz com que o espectador participe mais intensamente do evento audiovisual.

Existem ainda alguns problemas com os locutores e comentaristas, que, do ponto de vista dos especialistas em lavagem cerebral, não sabem quando permitir que as imagens e sons do campo de jogo falem por si próprios. Este equilíbrio ainda está sofrendo um "ajuste fino", por assim dizer. Se os excessos dos locutores ainda incomodam os verdadeiros fanáticos por esportes, eles sempre podem usar o controle remoto para desligar o som.

Roone Arledge, o antigo chefe de esportes da ABC e o homem que criou o formato do programa "Futebol de Segunda a Noite", afirma que a programação esportiva precisa capturar o "espetáculo" em todas as suas dimensões. A idéia, diz ele, "não é levar o jogo ao espectador, mas levar o espectador ao jogo". Existem variações sobre o tema, mas a idéia básica é a mesma: você precisa capturar a atenção do espectador e mantê-la no mundo de fantasia que está sendo projetado na tela. Se seus esforços forem bem sucedidos, o espectador estabelecerá uma ligação emocional infantil com o espetáculo. Ele receberá sua dose.

A propósito: Arledge não é mais chefe de esportes da ABC; agora ele é chefe dos noticiários!

Noticiários Esportivos

Antes de passarmos a última parte do nosso trabalho, vamos fazer algumas observações a respeito do papel dos noticiários de TV na promoção de eventos esportivos.

O segmento dedicado aos esportes é geralmente o mais longo dos noticiários vespertinos. Ele apresenta reportagens a respeito dos jogos do times locais e dos jogos de outros times. De acordo com as pesquisas, as notícias locais sobre esportes constituem a razão principal pela qual os espectadores assistem ao noticiário local. Essas pesquisas revelam que os espectadores se interessam mais pelas notícias esportivas do que por outros tipos de notícias.

Além disso, embora, como já dissemos, os espectadores em geral não se lembrem dos detalhes das notícias apresentadas, as pesquisas mostram que a maioria dos fãs de esportes se lembra da principal notícia esportiva apresentada naquela noite. Eles também se lembram dos resultados dos jogos dos seus times.

Isso acontece porque boa parte da linguagem dos esportes é expressa em números e os resultados das partidas ocupam lugar de destaque nos noticiários esportivos. Os viciados em esportes são como "idiot savants" (NT: Idiotas sábios, pessoas que respondem a

tudo sobre determinado assunto); eles tem uma excelente memória para números irrelevantes. Quanto mais a televisão lhes fornece esses números, mais entopem o cérebro com eles e menos exercitam o poder da razão.

Em vez disso, usam os números para se comunicar no dia seguinte com os colegas de lavagem cerebral: "Voce viu a reportagem sobre o quadragésimo "home run" de McGuire? 475 pés acima do muro do lado esquerdo do campo. Que jogada, hein?"

"Sei como deixar as pessoas totalmente confusas", declarou o especialista em lavagem cerebral Hal Becker faz algum tempo. "É só preparar uma fita falsa com os melhores momentos de um jogo importante. Isso é fácil de fazer, e ajeitar as coisas para que o time errado ganhe. As pessoas vão ficar malucas. Não vão entender o que aconteceu. Precisam dos noticiários esportivos para confirmar os resultados das partidas que assistiram ao vivo naquela tarde. Se os resultados forem diferentes, vão entrar em parafuso".

Desligue sua TV -- Parte XI

A transformação dos Esportes em Religião Secular por Lonnie Wolfe

Agora nos estamos prontos para examinar nosso vício nacional para os esportes -- um vício levado a cabo através da assistência contínua da televisão -- de outro ponto de vista.

Deixe o aparelho em cena, novamente. E o último jogo da série Mundial. O último turno, a última chance para o equipe da casa, sua equipe, e eles rastejam pelo último ponto (NT: a descrição é sobre baseball). Dois homens fora. Homens sobre a segunda e terceira(base). Uma contagem de dois pontos sobre o batedor. Um outro ponto e está tudo acabado. Um golpe ganhará o jogo. A câmara traz até você uma cena do lançador, como ele se apronta para o lançamento. Uma outra câmara fotografa o batedor, como ele levanta o bastão, aguardando. O placar, um lembrete do empate do resultado, pisca sobre o vídeo. As palmas de suas mãos estão úmidas com a tensão. Pensa para si mesmo, "Avance, você pode fazer isto. Apenas um golpe. Isto é tudo que nós precisamos."

O batedor balança, e tão logo executa você cruza os dedos e diz uma pequena praga. A bola é atirada, e você reza bastante, um pouco rígido antes que a bola chegue ao seu destino. Agora deixe congelar aquilo por um instante. Quem, ou melhor ainda, para quem estava você rezando? Para Deus, o Divino Criador de todo o universo? Não realmente. Uma pessoa religiosa dificilmente pensaria que Deus desperdiçaria seu tempo sobre tais matérias triviais. Um pessoa menos religiosa não pensaria pedir a Deus por sua Divina intercessão.

Não, naquele momento, no fundo da mente, com dois foras e dois pontos, você estava provavelmente pedindo pela ajuda dos Deuses, aquelas forças místicas, que controlam os destinos, as quais nos foi revelada por aqueles que estudam tais assuntos, representam um importante papel nas competições esportivas.

Os fanáticos esportistas acreditam em tais coisas como os destinos e o controle de eventos por forças místicas fora das leis do Universo. Esportes e eventos esportivos, nas mentes daqueles fanáticos, existem, para usar os termos esportivos, fora dos limites da religião normal, e mais decididamente fora da cristandade.

A religião dos esportes e o culto místico, baseado nas emoções infantis. Situa-se externamente ao universo que é governado por leis do Universo que pode ser conhecido pelos poderes da razão criativa. É um culto, o qual tem seus rituais e celebrações, que nunca pode ser conhecido. Ensina-se ao homem que ele está basicamente sem esperança contra o destino, os deuses místicos das emoções irracionais.

A civilização judaico-cristã tem ensinado que o homem é feito a imagem do Criador e que o distingue do animal, e seu poder de razão criativa. Com aquele poder, o homem pode descobrir as leis do universo e participar na criação.

Muito importante é que, todos os homens são criados iguais -- não no sentido corporal de que os corpos são iguais, mas igual no potencial de suas capacidades criativas ao nascer. É a responsabilidade da sociedade assegurar que para cada indivíduo e dado o máximo de oportunidade para preencher aquele potencial criativo, e de tal modo contribuir para busca da humanidade, para perfeição do seus conhecimentos.

O culto pagão das práticas esportivas se contrapõe: o homem é um animal de dois pés, cuja razão deve basicamente abandoná-lo antes seus místicos Deuses do destino, e que é conduzido pela brutalidade, agressividade do semelhante ao animal. Tais "homens" são decididamente desiguais, com alguns homens criados mais iguais que outros como é evidenciado pelos atletas endeusados dos vários campos dos jogos.

Enquanto tais visões mais claramente solapa o pensamento cristão, são promovidas por ideólogos esportivos como celebração da maior cultura humana: uma competição organizada, ritualizada, na qual os homens se submetem por regras arbitrárias. Isto, nos dizemos, representa a essência da beleza humana e conduta ética. Os esportes Americanos, dizemos, representados pelos esportes mais assistidos, são o melhor da cultura Americana e contém todas as verdades básicas que a América necessita para partilhar uma geração para a próxima.

Tal ideólogo dos esportes, é Michael Novak, um seminarista frustrado, que tornou-se um "teólogo" dentro do círculo de católicos conservadores Americanos. Novak se ajustou como um apologista da degenerada cultura conservadora Americana dos anos Reagan-Bush. Novak vê o capitalismo Anglo-Americano como a mais alta forma de cultura Cristã e vê os esportes como componente necessário daquela cultura.

Considerando o que Novak é, discutiremos que seu pensamento representa a visão do pagão, da elite oligárquica responsável pelos vícios dos esportes. Quando fala de uma ética do esporte, esta falando de ética Aristotélica, um mero conjunto de regras e códigos arbitrários. Nas suas muitas publicações, Novak alude diversas vezes sua afinidade para os trabalhos de Aristoteles. Os ataques repetidos de Novak sobre o conceito de infinito como sendo inferior ao que chama de limites rituais dos esportes, são uma negação da possibilidade da existência da verdade universal.

As perspectivas de Novak sobre estes assuntos e sua imagem do homem como um animal são idênticas aquelas do doentio "lavador de cérebros" Sigmund Freud. Maior parte da teologia dos esportes de Novak é derivada das noções Freudianas da repressão e dos impulsos sexuais.

A visão moral de Novak é a mesma daquela do estado Espartano, que também idealizava e promovia esportes e competições. Seu misticismo gnóstico (NT: ecletismo filosófico religioso surgido no início de nossa Era, que visava conciliar diversas religiões através de um conhecimento esotérico e perfeito da divindade) é similar a visão do estado Nazista, colocado no poder pela mesma oligarquia que os patrocinadores e promotores dos esportes Americanos, através da ferramenta da "lavagem cerebral", a televisão.

O livro de 1975 de Novak "A alegria dos esportes", do qual comentaremos extensivamente, por essa razão, nos proporciona algum critério de como seus "lavadores cerebrais" e seus controladores vêem o efeito dos esportes sobre sua mente e a sociedade.

Religião Secular

Neste livro, Novak estabelece a tese de que os esportes Americanos, especialmente aqueles com sua penetração em massa na população com o advento da televisão, tem se tornado uma religião civil e secular, contendo a agitação das massas: "No estudo das religiões civis, nossos pensadores tem negligenciado muito os esportes... Esportes são uma linguagem universal ligando diversas nações, especialmente seus homens, ao mesmo tempo. Nem todos nossos cidadãos tem o dom da fé. A religião, certamente como já foi demonstrado, e tão vasta, e permite grande liberdade para as diversas interpretações, e discordâncias mútuas. Nossos esportes são liturgias --mas não temos crenças dogmáticas. Não há uma longa lista de doutrinas para receber. Nos provocamos os desejos de nossos espíritos, e muitos deles, não todos, são preenchidos com a beleza, excelência, e pouco de favor que outras instituições agora proporcionam. Nossos esportes necessitam ser modificados -- "Ecclesia semper reformanda". Não deixe ser muito exigido por eles(esportes). Mas o que eles fazem elegantemente necessitam de nossos agradecimentos, nossa vigilância, nossa inteligência, e nossa afeição.

"As instituições do estado geram uma religião civil", escreve Novak. "Assim fazem as instituições dos esportes. Os antigos Jogos Olímpicos usados tanto em festivais em honra de bons resultados e na honra do estado-- e que tem sido a posição clássica dos esportes desde então. As cerimônias de esportes ultrapassam aquelas do estado, por um lado e aquelas das igrejas por outro... Indo para um estádio, é meio parecido de ir a um comício político, meio parecido a ir a igreja..."

Mas Novak não esta dizendo que os esportes são meros símbolos para as religiões. Eles satisfazem "as necessidades religiosas" da massa da população, necessidades as quais ele declara que as igrejas são inabéis para satisfazer ou muitas vezes igualmente não compreendem: "Eu estou dizendo que os esportes emanam externamente dentro da ação um impulso profundamente natural, que é radicalmente religioso: um impulso de liberdade, respeito pelos limites do ritual, um gosto pelo significado simbólico, e uma ânsia pela perfeição. O atleta pode naturalmente ser pagão, mas os esportes são, como foram, naturalmente religiosos..."

"Eles servem a uma função religiosa: alimentam uma profunda fome da vida humana, dentro dos cosmos, e proporcionam uma experiência de pelo menos no sentido pagão de religiosidade".

"Entre os sinais religiosos na vida contemporânea, os esportes podem ser, a mais simples e poderosa manifestação... Esportes conduzem alguns na escuridão e no sentido genérico da religiosidade".

"Os esportes são religiosos no sentido de que são instituições organizadas, com disciplinas e liturgias; e também no sentido que eles transmitem qualidades religiosas do coração e da alma. Em particular os esportes recriam símbolos da luta cósmica (NT: sentido filosófico da luta pela vida onde os mais aptos sobrevivem), no qual a sobrevivência humana e a coragem moral não estão garantidas. Dentro deste alcance, eles(esportes) não são mero jogos, diversões, passatempos... Perder simboliza a morte, e certamente se sente com jeito de moribundo, mas não é mortal... Se você dá seu coração para o ritual, os efeitos sobre o íntimo de sua vida podem ser muito profundo.

Novak vê as disputas esportivas como ensinamento aos homens da existência da morte, através do conceito de derrota. Assinalando tal importância a morte, Novak está copiando Freud, que arguiu nas diversas ocasiões que a vida é uma luta entre dois instintos opostos, Eros, ou a energia sexual para perpetuação da espécie, e Thanatos, ou morte, a energia para a própria destruição do homem (NT: Eros e Thanatos, Deuses da mitologia Grega). O instinto da morte, declara Freud, é desviado do indivíduo para o mundo externo, e manifesta em si mesmo, como agressividade e destrutividade do ser humano -- duas qualidades do animal humano, as quais Novak diz que esportes celebram alegremente.

O Novo Sacerdócio

Contestando o conceito dos esportes como mero entretenimento, Novak diz que as relações entre o indivíduo fanático e o atleta é psicologicamente a mesma que entre um sacerdote e seus discípulos. Mas o sacerdócio que está sendo descrito é um sacerdócio gnóstico e pagão, não aquele da Cristandade. Os sacerdotes são elevados para um status de Deus: "Atletas não são meramente aqueles que divertem. Suas funções são mais profundas que isto. Pessoas se identificam com eles de modo muito sacerdotal. Atletas exemplificam alguma coisa de sentido mais profundo -- de sentido aterrorizante, ainda ...".

Uma vez que um atleta aceita um uniforme, ele está com efeito, dono das vestes sacerdotais. E a função dos sacerdotes, é oferecer sacrifícios. Como aqueles da missa Cristã, nos esportes o sacerdote também é vítima: ele quem oferece e quem é oferecido ao mesmo tempo. Muitos vezes o sacrifício é literal: joelhos esmagados, músculos rompidos, carreiras abreviadas por ferimentos. Ele não tem mais tempo de viver a sua própria vida. Outros a estão vivendo nele, por ele e com ele. Eles o odeiam, eles o amam, eles o censuram, eles o envaidecem. Ele abandona sua própria pessoa e assume pessoa litúrgica. Isto é, ele é agora uma representação de outros. Suas ações são sofridas por outros. Seus sofrimentos e seus triunfos, sua covardia e coragem, sua boa sorte e sua má sorte tornam-se de outros. Se os fatos o favorecem, eles também se favorecem. Seus feitos tornam-se mensagens do além, revelações do favor dos Deuses...

"Ser um jogador ativo e semelhante viver no seletivo círculo dos Deuses, de escolher quem representa liturgicamente, as ansiedades da espécie humana e são sacrificados como vítimas rituais. As partidas esportivas ... são as eucaristias."

Novak esta descrevendo as práticas do culto, e ele conhece: "A religião, primeiro de tudo, é organizada e estruturada. A cultura é construída sobre o culto...".

Os Americanos, escreve Novak, tem pouca conexão com as tradições da Renascença da civilização Europeia e os valores colocados a respeito do homem e poder da razão criativa. Voltando ao rumo de nossa Revolução (NT: Independência Americana-1776) e ignorando a Declaração de Independência, declara que a América nasceu não na rebelião contra o Império Britânico, mas contra a tradição do homem na Renascença. Tal como nos necessitamos um novo ethos (NT: objetivo na vida) e tem encontrado nos esportes: "As ruas da América, diferentes das ruas da Europa, não nos envolve nas nossas histórias e ricas historietas com milhares de anos da luta humana. Esportes são nossos líderes como agente de civilização. Esportes são a nossa mais universal forma de arte. Os esportes nos tutela nos fundamentos da experiência de vida da tradição humanística."

Tendo rompido com a tradição da Renascença de que o homem criou imagem viva de Deus, Novak diz que os esportes apresenta a verdadeira imagem do homem: uma besta agressiva, o mais poderoso e pernicioso dos animais.

"O animal humano é animal guerreiro", ele escreve. "Conflito é tão próximo da realidade acerca das relações humanas, igualmente o mais íntimo, tanto quanto todas as outras características. Os esportes dramatiza o conflito. Eles nos auxiliam visualizá-los, imaginá-los, experimentá-los..."

"Jogar como nos esportes e parte da besta humana, nossa expressividade natural. Flue de energias secretas e perenes, e não necessitam justificativas..."

Futebol, por exemplo, ensina a realidade de um modo que nenhuma igreja ou Renascença poderia, declara Novak. Nos mostra que "a vida humana, na frase de Hegel, é uma bancada de açougueiro. Pense naquilo que aconteceu ao filho de Deus, o Príncipe da Paz; o que aconteceu no Holocausto; o que aconteceu nas guerras recentes, revoluções, inundações, e fome..."

"O que é humano?" pergunta Novak. "Qual tem sido a experiência humana na história? Um mundo plenamente humanizado, gentil, agradável e justo nunca existiu ainda sobre esta terra... Uma das maiores satisfações do futebol, certamente, é violar a ilusão de pessoas educadas e esclarecidas que a violência tem sido ou será exorcizada da vida humana..."

Então, Novak está nos dizendo, que os esportes nos ensina que o homem não aperfeiçoa sua existência além daquele que é mais animal nele, o melhor que pode ser feito é celebrar sua natureza animal como seu verdadeiro eu Aristoteliano: "Não há utilidade em desprezar parte de nossa natureza. Nós somos da terra, material; descendentes assim dizem de outros hominídeos; ligados por neurônios e células e organismos para a abundante vida química e biológica deste planeta luxuriante. Nos não somos mentes puras, nem animais racionais, nem indivíduos isolados... Nos somos parte da terra. E os esportes fazem visível a mente humana a grande luta de existência e não existência que constituem cada coisa viva..."

Aqui, Novak mostra o desdém Freudiano para o conceito Judaico-Cristã de "imago viva Dei(imagem viva de Deus)". Freud afirma na obra "Civilização e seus descontentes", que os Cristãos, em particular, acreditam-se semelhantes a "pequenas crianças" que recusam enfrentar ardua "realidade", quando "há de se falar da inclinação humana inata para 'maldade', para agressividade e destrutividade, e assim para crueldade como conveniente. Deus tem feito então na imagem de Sua própria perfeição; ninguém espera ser lembrado como é difícil reconciliar a inegável existência do mal -- a despeito da objeção da doutrina Cristã -- com Seu todo Poderoso ou Seu todo Bondoso."

Todos os Homens São Diferentes.

Desde que nós ensina que o homem nada mais é que um animal agressivo, Novak reivindica que os esportes também devem nos ensinar para descarregar como sem sentido o conceito de todos os homens são criados iguais; aprende-se precisamente o oposto, pretende ele.

O atleta, especialmente o profissional, não é claramente igual ao homem médio: Ele é um super homem, figura divina, com qualidades que o homem médio somente pode sonhar a respeito: "A vida não é igual. Deus não é igualitário. Habilidade varia com cada indivíduo."

Aristoteles, diz Novak, nos ensina perceber o valor e a beleza desta desigualdade. Sobre esta base e princípio fundamental da desigualdade humana, diz o pagão Novak, todos os esportes e todos seres vivos são estabelecidos como premissas.

Os homens não iguais, de acordo com Novak, nem são eles capazes de amar a humanidade. Os esportes ensinam, ele diz, que agressividade e desejo para dominar são os fundamentos dos instintos humanos semelhantes aos animais. Na vida como nos esportes, amor, especialmente amor Cristão ou agapema (NT: amor desinteressado ao seu semelhante), dificilmente importam. Certamente tais conceitos universais não nos proporciona motivação para viver uma certa espécie de vida, afirma Novak.

"Mas nós não somos ilimitados... A imaginação humana, coração, memória, e inteligência são limitados. A natureza da psique humana é seguir o que está próximo de nós no mundo exterior; não podemos sem sofrer decepção aceitar tudo. Pretender amar a humanidade é manter uma grande e transparente vidraça além de um conflito com alguém que você não pode tolerar".

Aqui nos encontramos Novak em total acordo com Freud. Na obra "Civilização e seus descontentes", Freud argumenta que conceito de amor universal, sob o qual a Cristandade está estabelecida, causa uma distorção neurótica de Eros, o instinto libidinoso do homem. Acaba assim por causa do que é baseado sob uma falsa e enganosa visão do semelhante: "Um amor que não discrimina, parece a mim privar uma parte de seus próprios valores, fazendo injustiça aos seus objetos; e secundariamente, nem todos os homens são merecedores de amor..."

É errado "amar seu semelhante como a si mesmo", diz Freud, a menos que haja algum objetivo como definido por Eros, para isto. "Desde que meu amor é avaliado por todos da minha própria família como sinal de minha preferência, é uma injustiça então se eu coloco um estranho ao par com ele. Mas se eu o amo (com este amor universal), meramente por que ele, também, é um habitante desta terra, semelhante a um inseto, um verme da terra ou uma serpente, então eu temo que somente uma pequena parte de meu amor acontecerá -- não há qualquer possibilidade, nem mesmo, como julgamento de minha razão, que eu seja forçado reter na memória para

mim. Qual é a característica de um preceito(amar vosso semelhante) enunciado com muita solenidade se sua efetivação não pode ser recomendado como racional?"

Mas é no mandamento Cristão que diz para "amar teus inimigos" em que Freud mantém o mais abominável de seu estigma de anti-humanismo. Ele reconhece que ambos mandamentos emanam do mesmo princípio: que o homem é mais que um animal e que ele é governado por leis universais mais poderosas que seus instintos. Por isto, semelhante a Novak, que ataca este princípio, Freud acha que "o elemento de verdade além de tudo isto, que as pessoas estão dispostas a rejeitar, e que os homens não são gentis criaturas que desejam ser amadas, e que a maioria pode se defender quando são atacadas. Eles são, pelo contrário, criaturas entre os quais os dons naturais instintivos são para serem levados em conta como uma porção poderosa de agressividade... Quem, em face de toda sua experiência de vida e história, terá coragem para afirmar esta alegação? Como uma norma, esta agressividade cruel espera alguma provocação ou impõe uma, a serviço de algum objetivo, cujo resultado poderia ter sido obtido por métodos mais suaves. Em circunstâncias que são favoráveis, quando forças mentais contrárias que ordinariamente inibe e que estão fora de ação, também manifesta-se espontaneamente e revela o homem como uma besta selvagem cuja consideração para com seu semelhante é alguma coisa de estranho..."

Nós temos visto, que isto é precisamente a visão de Novak, que vê os esportes como colocando o homem em contato com sua verdade, sua natureza bestial. Para Novak -- é para mestres oligarcas, as mesmas pessoas que promoveram Freud e colocaram Hitler no poder-- os esportes mantêm uma negação dos princípios da civilização Cristã Ocidental e é a afirmação do pagão, religião gnóstica baseada nos conceitos Freudianos da destrutividade inata do animal humano. Ser um fanático esportivo é para venerar os Deuses pagãos do destino de Novak e celebrar que é inumano.

Um Rito Pagão

A palavra fã é derivada de fanum, que é no Latim um templo local. Para ser um fã é, para Novak, participar no rito pagão da passagem e do sacrifício. Ele vê o processo nas raízes como colocando o homem no contato com ele mesmo e sua espécie, de modo que nenhuma religião pode oferecer: "Uma finalidade humana mais apurada que o iluminismo (NT: corrente filosófica do século XVIII que se caracteriza pela confiança no progresso e na razão, pelo desafio da tradição e da autoridade, e pelo incentivo a liberdade de pensamento) é 'sobre humano'. Esportes semelhantes ao baseball, basquetebol são já praticados como liturgias explícitas de tais finalidades. Um pecado de uma religião são as glórias de outras. Algumas pessoas 'iluminadas' sentem-se simplesmente culpadas a respeito de seus amores pelos esportes. Parece menos racional, menos universal, que seus ideais; eles sentem uma pontada de fraqueza. O 'sobre humano' acredita que o homem uma besta empacada, pés plantados sobre um pedaço de solo, e que é perfeitamente implícito de sua natureza "empacar". Ser um fã está totalmente de acordo com a natureza do homem. Ter lealdades particulares não é ser deficiente na universalidade, mas ser fiel as leis das limitações humanas."

Maior parte disto são redeclarações das análises de Freud dos fenômenos de massa. Freud também alega (sem empacar) que é uma expressão natural da agressividade básica do homem. Ele se une com a etnocentricidade (NT: colocar sua raça como centro do mundo) e xenofobia (NT: horror a tudo que é estrangeiro), que alega refletir uma identificação instintiva com a própria espécie. Para Freud e Novak, o homem universal, o homem da Renascença, é um neurótico. O homem é mais apropriadamente organizado em formações semelhantes aos dos animais, os quais agem em seu próprio, e limitadamente interesses definidos, melhor que do "bem da espécie." As emoções de origem coincidem com o desejo de ser amado na massa. A psicose produzida, a qual Freud chama "o narcisismo de diferenças menores", torna-se uma vez aprovada escape para agressividade fundamental do homem, a qual deve ser cuidadosamente controlada para não permitir excessos tanto no indivíduo como na massa. Enquanto ele está produzindo um objetivo mais geral, a aplicabilidade de tais fórmulas de "lavagem cerebral" nos esportes estabelecidos, é óbvia.

Novak também "alerta" que os esportes estabelecidos podem ser levados a excessos, os quais previne: "Naturalmente, há fãs fanáticos, fãs que comem e dormem e bebem (sobretudo, bebem) seus esportes. Suas vidas tornam-se definidas pelos esportes. Assim alguns políticos são destruídos pela política, pedantes pelo pedantismo, pederastas pela pederastia, bebedores pela bebida, religiosos compulsivos pela religião, assim por diante. Todas as boas coisas tem suas perversões, elevar-se bem na virtude, idolatrar só a Deus. Cada religião tem seus excessos. Esportes, ainda mais. (Uma surpresa se Novak pensa que pederastia é "boa coisa" se não exceder).

Solapando a Igreja

Novak vê o paganismo, a religião secular dos esportes como acréscimo as outras igrejas estabelecidas, proporcionando alguma coisa que elas não fazem. Mas uma religião pagã, o que ensina e pratica é oposto a doutrina Cristã, como ele descreve os esportes, somente podem solapar a Cristandade.

Sem dúvida, esportes e religião na América estão unidos. Igrejas patrocinam equipes esportivas, igualmente oferecem súplicas organizadas para os resultados de jogos importantes. Talvez a mais famosa de todas as equipes de futebol, os "Irlandeses brigões" da

Universidade de Notre Dame tem um fiel séquito nas partidas de milhões ao longo de todo país e tem feito milhões para a universidade na televisão cada ano. Novak comentou que a mais importante coisa que a Universidade de Notre Dame sempre fez, sua mais importante contribuição para humanidade, é "o místico futebol de Notre Dame."

As relações entre a religião e os esportes de massa e aquela de uma vítima e uma enfermidade. É uma deficiência das igrejas -- todas as igrejas -- que não tenham percebido como os esportes se tornaram um anti polo para o Cristianismo, cujo dogma (dos esportes) e irreconciliável com os ensinamentos Cristãos.

Através dos esportes de massa, nossa população está sofrendo uma lavagem cerebral mostrando que o homem é um animal, que a verdade universal e o amor são conceitos sem sentido. Uma grande parte de nossa população é reduzida a um estado infantil de obsessão emocional com a fantasia dos esportes mundiais, de tal modo que é incapaz de compreender idéias profundas. Nossas igrejas não fazem nada para combater isto. Como Novak diz, as igrejas tem o "bom senso" de ter seus sermões de domingo terminado em tempo para permitir que as pessoas procurem seus aparelhos de televisão para os jogos de futebol na parte da tarde.

Alguns de vocês podem discutir com o que nós temos há pouco apresentado. Eu o alertei que você acharia alguma razão para discordar. "Eu não aceito esta coisa acerca de um vício e os esportes como sendo uma religião pagã", posso ouvir alguns de vocês dizendo: "Eu apenas assisto TV para me divertir." Você pode pensar que é o seu caso. Como nos temos dito repetidamente durante estas séries, as melhores vítimas da lavagem cerebral são aquelas que mais ruidosamente afirmam que não podem sofrer lavagem cerebral.

Relembre aquele exemplo da nona partida do última série de jogos Mundiais (NT: Nos EEUU as decisões de campeonato de basebol são chamadas pretensiosamente de Série de Jogos Mundiais). A última batida, dois foras: um golpe e está tudo terminado; um golpe ganha o jogo para sua equipe.

O lançador se retorçe e libera a bola em direção a base. O batedor levanta o bastão. Suas mãos estão úmidas com a tensão. Você oferece uma oração silenciosa, pensando para si próprio: Por favor, apenas deixe obter um único ponto. Por favor, isto é tudo que nós necessitamos. Isto também não é muito para pedir. A quem você oferece aquela oração, se não aos Deuses da sorte de Novak?

"Sim tenho fé" foi o grito no campo do lançador Tug McGraw dos Mets de New York em 1973 que chegou longe para ganhar a Taça da Liga Nacional, somente perdeu no sétimo jogo da Série Mundial. "Tem fé em que?" ele pergunta(Novak). "Somente ter fé", responde. "Acreditar no destino, na sorte. Somente acreditar, sem questionar, sem pensar. Sem qualquer razão. Para desejar a vitória. Este é o poder, o homem. Esta é a força. Esta é a nossa magia..."

Nossos rapazes foram bem preparados, o "Treinador" Schwarzkopf nos disse na famosa entrevista sobre a Guerra do Golfo. Eles tem o melhor "plano de jogo" e executaram perfeitamente, disse ele, enquanto nos transmitimos nossa aprovação, assim como nós sentamos colados aos nossos aparelhos de televisão.

Era somente uma guerra? Nos lutamos para um princípio moralmente definido? E o que todas aquelas inocentes mulheres e crianças que foram massacrados neste "melhor de todos planos de jogo" ?

"Que o diabo as carregue", disse o homem assistindo o aparelho de televisão, suas latas de cerveja amontoadas nos seus pés. "Nos ganhamos, não ganhamos ? Isto é que conta. Você sabe o que eles dizem a respeito dos vitoriosos..."

Nosso povo tem seus cérebros lavados, seus olhos mergulhados nos seus aparelhos de televisão, pouco sabe que não possa ser reduzido as regras do campo de jogo. Como o estadista e prisioneiro político Lyndon H LaRouce advertiu, um povo aviltado está em perigo de perder a aptidão moral da sobrevivência.

A próxima vez que você se encontrar assistindo um evento esportivo na televisão, e você perceber que o sentido da existência esta totalmente contido no jogo, lembre-se do que você leu aqui. Quando suas mãos começarem a suar, quando você se achar iniciando uma oração para o Deus da sorte de Novak, tente puxar você para fora disto. Acredite-me, você se sentirá melhor a longo prazo ficando como "perú frio" (NT: gira na América para o viciado em droga que fica longo tempo sem tomar droga) nos esportes.

E se você mora com um viciado nos esportes, mostre este artigo. Não dê início ao seu vício. Quando você reconhecer os sintomas, não mude de opinião e desligue seu aparelho de TV. Esteja preparado para se desviar de uma lata de cerveja voando, ou duas. Mas de alguma forma, um adulto deve colocar seus pés no chão.

O culto da aptidão física

Se os esportes, e especialmente o espectador de esportes, tem retornado a uma religião pagã, então um grande número de nossos amigos cidadãos são membros de uma sub-cultura, a cultura da aptidão física.

Deixe-nos ser preciso acerca do que estamos falando agora. O corpo humano requer uma certa quantidade de exercícios para permanecer saudável. Importante que não seja impedido pela doença, um volume moderado de exercício diário, consultando um médico, e tanto benéfico como necessário para manter o corpo saudável e para tratar o stress da vida diária. Tais exercícios são necessários tanto para o jovem como para o idoso, mas novamente, o princípio operativo principal é a finalidade de manutenção de um corpo saudável e vigoroso. Assim fazendo, a pessoa mantém seu corpo num estado de disposição para agir dirigido pela razão moralmente instruída. Neste sentido, para ser fisicamente ajustado, nunca é um fim em si mesmo: e subordinado a razão, e a programação para aptidão é então projetada pela razão.

A pessoa que age para manter seu corpo tanto apto como é razoavelmente possível, que, se sua vida diária não contém suficiente exercício, estabelecer uma programação racional de exercícios, está claramente agindo em seu melhor interesse.

Destes tipos de finalidade de aptidão física razoável nos devemos distinguir a neurose obsessiva da aptidão física, existente em muitos Americanos. Naqueles casos neuróticos, a aptidão física se tornar um fim em si mesmo, separado da razão. Torna-se obcecado com o próprio corpo e a percepção daquele corpo como manifestação de uma identidade.

Enquanto há exemplos na história da educação física sendo usada em práticas de culto em escala de massas, tais como no estado Espartano ou mais recentemente no Estado Nazista, a paixão da aptidão física data de não mais que 15-20 anos. E intrinsecamente ligada ao panorama de degeneração moral do então chamado me-geração(me-generation) da década de 70, com sua obsessiva fixação infantil sobre a gratificação do desejo sexual.

O surgimento da "me-geração" (NT: neste trabalho e em outros a me-generation, é a geração surgida após a explosão de bebês logo após a guerra e a atual, se distingue de outras por que é a primeira que tem os pais já com os cérebros lavados pela TV... não consegui descobrir que quer dizer o "me", talvez seja abreviatura de média) é o resultado da lavagem cerebral (a primeira do "ciclo de lavagem", se você concorda) da "geração da explosão de bebês" pela televisão, como temos descrito em outras partes destas séries. Os conceitos de moralidade definida certo e errado, a base da Civilização Cristã Ocidental, foi dada uma moderna torção "neo-freudiana" através da programação da televisão e da cultura popular: Dizem-nos que não devemos ter nenhuma culpa ou remorso pelas nossas ações, igualmente se elas violam a moralidade Cristã. Esta imbecilidade moral queimou o rastilho de uma explosão de hedonismo (NT: filosofia baseada somente na satisfação do seus desejos...).

O componente erótico daquela explosão hedonística, empurrou, em parte, através da "revolução sexual" da contra cultura da década de 60 e sua difusão na cultura popular, conduziu para uma fixação sobre o corpo com uma expressão fundamental da identidade. O povo ou cultura popular tem sempre atribuído um valor desproporcional como nós olhamos, mas agora os Americanos tem se manifestado que "imagem é tudo". O esforço para um aperfeiçoamento da aparência pessoal, e amplificação das gratificações carnisais, empurra a Me-geração nos tênis de corrida, sobre suas bicicletas, para clubes de cultura física e saúde em números recordes na década de 70 e nos inícios da década de 80.

A chave para recrutar para culto foi a televisão. Da década de 70 até 80, a mensagem da cultura física foi inserida dentro da programação da televisão. Estrelas de shows, incluindo soap óperas durante o dia (NT: novelas da TV Americana caracterizada por não ter fim), onde eram exibidos clubes de educação física, ou corrida, ou alguma outra forma de exercício. Há um conteúdo sexual pesado na mensagem: Aqueles que estavam exercitando habitualmente se enfeitavam para se mostrar em aparelhos de treinamento, e clubes e outros lugares eram mostrados como um lugar para flertar e atrair membros do sexo oposto.

A associação entre o sexo e o exercício foi feita anteriormente a criação da mania com a promoção do agora famoso e enormemente lucrativos vídeos de "exercícios" de Jane Fonda. A Fonda é atribuída o mérito de recrutar mais homens para cultura física do que qualquer outra pessoa; estudos de marketing mostram que seus vídeos, tão bom como outros vídeos de exercícios iguais a estes, apresentam mulheres em roupas bem justas e mostrando exercícios em posições provocativas, vendem grandes quantidades para homens de meia idade. Um crítico comentou que tais vídeos representam "pornografia socialmente aceitável".

Mas uma quantidade maior estava sendo "vendida" como voyeurismo (NT: perversão sexual que se caracteriza pelo indivíduo se excitar vendo os outros em trajes sumários ou mantendo relações sexuais) vulgar. A cultura física tem sido ajudada com a promoção da doença do ambientalismo dentro da população Americana.

Do início da década de 70, a televisão e outros meios associados a "aptidão física" com o conceito do homem, como parte da natureza, estando em harmonia com as leis do reino da natureza: todos os membros da educação física foram "iniciados" em regimes

de "dietas saudáveis" e conceitos espirituais relacionados "nos caminhos da vida natural". Leitura cuidadosa de qualquer das muitas revistas de educação física mostram artigos com esta mensagem.

A não-tão-invisível mensagem de tais revistas é relacionada com a programação da televisão e a propaganda era que o homem não tem domínio sobre a natureza, mas que ele era "o mordomo da natureza". Natureza, ou tal como dizemos, dominou o homem, e se suas leis não eram obedecidas, igualmente no domínio do corpo, homem pagaria o preço com sua "saúde" e "bem estar"(antes de alguns vocês saltem sobre minha garganta, deixe esclarecer que nós não estamos falando acerca de fatos medicamente provados relativos a hábitos de alimentação saudável ou programas de exercício moderados, conduzidos sobre a supervisão de médicos; estamos atacando comportamento obsessivo e estamos aqui falando acerca de um ponto de vista ideológico que se tornar uma justificação para aquele comportamento obsessivo. Então detidos em suas cadeiras, decida-se você, e leia adiante).

De acordo com esta mensagem espiritual, o exercício conduziu o homem para se aproximar em comunhão com sua natureza animal; isto era igualmente dito para ter um efeito terapeutico sobre a consciência do homem, dando-lhe um sentido de paz interior. Na contra cultura do final da década de 60 este mesmo nonsense estava contido nos sermões da "medicina holística", "meditação transcendental", "PES(percepção extra sensorial)" e outros cultos. O conceito operativo era um "paraíso sem drogas" ou um "paraíso natural". Isto estava sendo gravado num delicado contexto de transformação, obtendo alguns velhos e muitos novos recrutas.

Identificando o homem como parte da natureza e focalizando- o pelo aspecto menos humano, seu corpo físico, os proponentes da cultura física criaram pessoas com simpatia para o ambientalismo. Os programadores da televisão inseriram personagens dentro dos programas que estão tanto malucos por cultura física como ambientalistas radicais.

Em primeiro lugar, os anúncios e os programas de televisão mostraram estas imagens sutilmente, através da infusão de instantâneos de pessoas sobre bicicletas ou correndo dentro de outra ação ou com pessoas comendo cereais "saudáveis", etc.

Agora, a mensagem é mais literal. Anúncios abertamente lançaram-se para este mercado da aptidão física e ambientalismo: "Eu faço exercícios para tomar cuidado com meu corpo. Eu como alimento certo. E desejo fazer minha cidade ambientalmente segura para meus filhos", diz uma jovem mãe num anúncio para um detergente para máquina de lavar num recipiente esmagável e reciclável. Esta fileira de predicados parecem totalmente "natural" para você, não é ? Isto é como trabalham bem os lavadores de cérebros.

Trabalham tão bem que a maioria das pessoas não se lembram que eles se aproveitaram para associar Jane Fonda, antes de seus vídeos de exercícios, com a palavra "foice" ou "maluco" para seus vários esquerdistas ou opiniões ambientalistas nas décadas de 60 e 70 (NT: Foi impossível descobrir aqui o sentido do jogo de palavras). Ela é ainda uma maluca, mas um recente levantamento encontrou que a maioria das pessoas agora associam seu nome com "exercício" ou "aptidão física".

Dor e Agonia

Como dissemos anteriormente, um regime de exercícios definidos corretamente ajuda o indivíduo a manter sua saúde. Mais frequentemente não, para um membro do culto da educação física, um programa de exercícios dirigido por obsessão infantil com o corpo e a aparência que pode ser destrutivo para saúde; pode igualmente ameaçar sua vida.

Médicos envolvidos com os esportes ou aptidão física relatam que a prática médica tem notado um grande número de debilitados e igualmente aleijados diretamente causados pelo treinamento obsessivo. Eles notam que nós últimos anos, o número de tais incapacitados tem aumentado.

Em muitos casos, típico da neurose da obsessão, o indivíduo não pode parar de treinar, mesmo quando ferido, igualmente quando é alertado pelos médicos. A pessoa é dirigida pela obsessão, a qual sobre põe a razão. A semelhança a uma vítima da lavagem cerebral programada tem sido notada por alguns observadores clínicos. Nos casos piores, aqueles obcecados com seus exercícios estão inconscientes do comportamento destrutivo, e mesmo quando chamado atenção, não podem parar por si mesmo.

Mas pelo menos alguns dizem que isto são somente casos extremos, a maioria daqueles envolvidos com o culto da educação física subscreve muitas vezes o repetido credo: "Nenhuma dor, nenhum lucro". Enquanto este masoquismo tenha sido profundamente denunciado pelas autoridades médicas, tem sido reforçado pela cultura popular, incluindo a programação da televisão. De acordo com um médico, "Nada do que nos dizemos parece importar. Pessoas acreditam no que eles vêem e ouvem na televisão. Eles acreditam que a pessoa poderia treinar além do ponto de colapso físico e da dor".

Dor é muitas vezes assunto de ostentação e discussão entre os membros do culto. Mesmo agonizando os feridos tornam a experiência catártica, seja comprimado com simpatia e admiração pelos membros do culto.

Em parte, esta fixação sobre a dor, reflete a lavagem cerebral em massa da população em torno do conceito Freudiano do princípio do prazer: que o prazer é inexoravelmente ligado ao desprazer, e que uma experiência satisfatória é meramente a ausência de desprazer ou, neste caso, dor. Por esta lógica distorcida, o prazer deriva do fim da experiência dolorosa; portanto, a dor dirige o prazer.

Esta visão tem suas correlações políticas e econômicas na procura de austeridade econômica e sofrimento. A mesma espécie de lógica Freudiana e resumida na famosa chamada para o sacrifício do substituto de Hjalmar Schacht no Lazard Freres, Felix Rohatyn (NT: Lazard Freres grande banco de Nova York que quase foi a falência por emprestar muito dinheiro a prefeitura de Nova York); a escolha, ele disse para os habitantes de Nova York durante a bancarrota da Cidade de Nova York na crise do meado da década de 1970, era entre "Dor e Agonia".

Mas o problema é mesmo pior que isto. O culto da educação física, ou mais precisamente uma de suas sub-culturas, está matando ou destruindo fisicamente milhões de nossos jovens.

Novamente na última metade da década de 80, tem aumentado uma extensa sub cultura adolescente dirigida pela obsessão com o tamanho dos músculos e "inchamento" com drogas anabolizantes. Especialistas que tem pesquisado e estudado esta tendência estimam, de forma conservadora, que há pelo menos de 5 a 10 milhões de jovens envolvidos com esta obsessão. Deste montante, algo entre 500000 e 1 milhão de adolescentes estão envolvidos com o uso de mercado negro ou ilegal, com esteróides.

Os números são igualmente mais assustadores desde que recentes campanhas de publicidades tem identificado o esteróide e outras drogas de aumento de massa muscular usada como potencialmente nociva e mesmo fatal. Estudos tem mostrados que a maioria dos usuários não dispunha de receitas médicas. Eles estão usando as drogas de qualquer modo, e ainda que recebida com alegria, os resultados talvez sejam fatais. O credo deste culto da morte é: "Morrer jovem, morrer forte", de acordo com o recente artigo no US News & Word Report.

Em parte, este uso é atribuído as imagens da cultura popular dos heróis de "musculatura inchada" tais como Rambo ou Terminator, bem como jogadores de futebol e outros, com seus enormes cheques de pagamentos. Estas imagens isoladas, e seus efeitos de lavagem cerebral em massa, não pode explicar a existência desta cultura. O profundo impulso psicológico para este fenômeno esta ligado a natureza infantil da sociedade adulta como um todo, com sua própria obsessão com a aptidão física e os desejos carnisais. Não são as drogas que dirigem a obsessão, mas ao contrário. O comportamento obsessivo dos jovens mirando-se na sociedade adulta, com seus próprios desejos infantis para a gratificação da carne, a custa de uma razão criativa, e como uma sub característica disto, uma fixação sobre os esportes e o corpo humano. Na nossa juventude, esta fixação conduz para um narcisismo destrutivo com um foco sobre o tamanho dos músculos. Começa com uma insegurança acerca de seu próprio corpo; é seguido por uma tentativa de corrigir esta insegurança através de regimes de controle de peso e dieta. Mas quando isto falha, e a insegurança continua, as drogas tornam-se uma alternativa.

No caso de jovens atletas, a super competitividade do ginásio e outros esportes organizados produz a insegurança que dirige este ciclo. Os atletas pressionados voltam-se para as drogas para um aumento da performance ou para "crescer" ao encontrar o desafio da intensa competição. Deve ser acentuado, entretanto, que a maioria dos usuários de esteróides são brancos, homens de classe média que nunca tinham levado a sério uma carreira atlética e mais de um terço nunca pertenceram a equipe do ginásio.

Esperava-se que publicando-se os perigos do uso das drogas se liquidaria com o problema. Parece que em vez disso tem havido efeito oposto. Os atletas que tem usado esteróides tem- se meramente se tornado "anti-heróis", que são reverenciados pela imagem pesada deste culto da morte.

O crescimento desta sub cultura tem sido promovida vigorosamente pela mídia, especialmente da televisão. Um dos mais populares programas entre os jovens adolescentes é "Gladiadores Americanos". Apresenta competição entre homens "com musculatura exagerada" e mulheres em testes de resistência e força num cenário futurista.

Adolescentes estão em grande número dos 7 milhões de leitores regulares da então chamadas revistas de músculos, bem como da revistas de luta romana, as quais são promovidas através a propaganda da televisão. Este mesmo grupo de idade ajuda fazer imenso sucesso das bilheterias de cinemas que apresentam heróis "com músculos exagerados" semelhantes Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone, e Jean-Claude Van Damme.

Novamente, é errado olhar estes números e concluir que tais programas são somente dirigido aos meninos. A "meia" geração (NT: conceito já explicado anteriormente, a primeira geração que teve os pais já com cérebros lavados pela TV, ou seja geração do meio, pois a anterior ainda sofreu restrição dos pais que não sofreram lavagem cerebral) agora adultos de meia idade, também assistem "Gladiadores Americanos" e vão ver os filmes "Terminator" ou os alugam para assistir em casa. Não há possibilidade de romper esta

sub-cultura na nossa juventude, sem os adultos romperem de forma mais ampla, mas igualmente destrutivo mentalmente, o culto da cultura física.

Pense acerca disso se você olha de esguelha em seu próximo exercício de vídeo ou assistem com grande interesse aqueles comerciais de vários alimentos saudáveis. Tente imaginar de que maneira a próxima geração esta se tornando semelhante ou, se esta agindo para ser a próxima geração, em tudo.

Isto é tudo no momento. Quando retornarmos, falaremos para você da rede de televisão de propriedade de Satã, a MTV, e de que maneira isso e acontecimentos semelhantes, estão fazendo pelas nossas crianças.

Desligue sua TV -- Parte XII por Lonnie Wolfe

MTV é a Igreja de Satã

Não há necessidade de relembrar a você para desligar sua televisão. Baseando-se no que nos temos dito em seções anteriores, você sabe que é impossível seguir o que nos vamos falar, se sua televisão está ligada.

Mas desejo acrescentar uma nova pré-condição: desejo que você desligue seu rádio, especialmente se há música popular tocando. Nesta seção, vamos discutir as conexões da música, em particular, a música popular, para sua lavagem cerebral pela televisão. Você necessita eliminar dos ouvidos todos os ruídos de fundo, de tal modo que possa se concentrar naquilo que vamos apresentar e refletir sobre isto. Desligue o seu rádio também.

Durante os últimos quarenta anos, a televisão tem ajudado a organizar a cultura popular num culto Satânico cujos valores estão diretamente em contra-posição a moralidade Judaico-Cristã.

O homem é distinto do animal pelo fato de que é feito na imagem do seu Criador, o Deus vivo, e que a cada ser humano foi dado pelo criador a divina centelha da razão, permitindo-nos realizar a vontade de Deus. Na medida que agimos para com nossos semelhantes através do critério de moralidade baseado na razão, nos agimos semelhantemente aos seres humanos, e menos semelhantes aos animais.

A sociedade está agora organizada em torno de uma cultura popular dominada pelo deus Eros de Freud e a perseguição de um prazer hedonístico como objetivo em si mesmo. Razão e beleza tem dado lugar as celebrações em massa de feiúra e infantilismo anárquico. Perdemos nossa habilidade para amar outros seres humanos, no sentido Cristão da palavra, a comunhão.

No epicentro corrente desta cultura de massa hedonística está o que o líder político Lyndon LaRouche chamou a "igreja de um olho(!) de Satã" -- Rede musical de Televisão ou, como é mais conhecida comumente, MTV. Grita sem parar, 24 horas por dia mensagens de sexo, violência, e hedonismo (NT: busca do prazer como fim último da vida) para uma audiência de televisão a cabo de mais de 25 milhões de pessoas somente nos Estados Unidos.

Inaugurada há 11 anos atrás, MTV tem agora se tornado uma expressão ampla da cultura popular jovem, apresentando suas programações de notícias, de notícias de cultura pop, um show de moda, uma hora de comédia, e seus segmentos de vídeos de música Rock para todos gostos pervertidos. Ramificou-se para um segundo canal, VH-1, que apresenta vídeos de músicas projetadas para a "gente antiga", as pessoas de 25-50 anos, com uma especial ênfase nas "antigas" -- canções da década de 60 e 70. Entretanto as subsidiárias de vídeos de música da MTV proliferam sobre as redes de televisão.

Em menos de uma década, a MTV tem "fisgado" a América, especialmente seus jovens. Através do poder da televisão, os valores e métodos da MTV tem infectado todos os aspectos da cultura popular Americana. O vídeo musical é agora a forma padrão da propaganda da televisão, com as imagens e sons reunidos para suprir produtos individuais; novos programas tem sequências de "vídeo música"; esportes mostram e eventos esportivos usam vídeos musicais; quase todas as televisões agora empregam aqueles produtores chamados "valores de produção da MTV", incorporando uma ou outra forma de "música" MTV em suas programações.

Então, a cultura jovem anti-cristã como a representada pela MTV, tem-se tornado a força, a cultura dominante no final do século XX.

Nesta seção de nosso relatório, vamos tentar explicar com mais detalhes como isto aconteceu no decorrer da três últimas gerações, antes dando uma olhada mais detalhada na própria trama maléfica da MTV.

O Mal nos Atinge

Em 3 de outubro de 1992, a cantora Irlandesa de rock Sinead O'Connor apareceu em rede nacional de televisão, no programa "Sábado a Noite ao Vivo" da NBC. No meio de uma versão ao vivo de sua canção sacra, "Guerra", a cantora, conhecida por sua cabeça raspada e voz aguda, mostrou uma foto colorida de 8 por 12 polegadas do Papa Jogo Paulo II; gritando "Luta contra o inimigo verdadeiro", ela metódicamente rasgou a fotografia do Pontífice.

Dentro de minutos, a NBC foi inundada com mais de 500 chamadas telefônicas demonstrando o ultraje do que tinha acontecido. No dia seguinte, líderes Católicos e outros anunciaram um boicote as gravações de O'Connor, incluindo a nova canção "Guerra", do qual já tinha sido produzido um vídeo musical, sem o ataque de abertura contra o Santo Padre.

Mas, através da MTV, não houve boicote de O'Connor. As notícias da MTV discutiram o furor e indicaram que os milhões de fãs no Mundo inteiro de O'Connor dificilmente piscaram ou torceram o nariz para seu comportamento. Disse um jovem entrevistador ao programa de notícias locais, "Isto é um país livre. Ela é uma artista. Ela tem o direito de se expressar do modo como considera conveniente."

Além disso, a companhia gravadora de O'Connor, declarou que suas vendas permaneceram estáveis. Eles não esperavam então alteração.

O poder da igreja de um olho de Satã, MTV, agora abertamente desafia a Igreja e todas as religiões. Alcançando mais de 50 milhões de lares através da rede de cabos no EEUU e outros 200 milhões em 70 países, em 5 continentes, oferece pregadores semelhantes a Sinead O'Connor um meio para atingir uma multidão de jovens.

Tão chocante quanto o comportamento de O'Connor mostrado em rede Nacional, e a indulgência do acontecimento para a MTV. Por exemplo, o músico Glenn Danzig, do gênero chamado "dark metal", que rotineiramente apresenta símbolos Satânicos, tais como cruzes invertidas e caveiras em seus vídeos, como o anti-clerical poemas anti-Cristãos, e que o New York Times descreveu como "estudioso interessado no problema do mal: se há um amoroso, todo sábio, todo poderoso Deus, porque Ele permite tanta fome e sofrimento?".

De acordo com o The Times, "O senhor Danzig tem dito que percebe a Igreja e o Estado como maléficos que tem imposto uma imagem de honradez. Se a igreja e o estado são bons, Sr Danzig parece dizer em suas canções, ele esta mais que disposto a ser estigmatizado como o malvado".

Danzig e seu grupo de mesmo nome estão entre os números grupos e artistas apresentados pela MTV, semelhantes a Sinead O'Connor, que ativamente procuram a destruição da Igreja e todas as religiões organizadas como uma pré-condição para uma nova sociedade baseada numa ordem Satânica, anti-Cristã assim, chamada "Nova Idade". O segundo álbum do seu grupo, intitulado "Lucifuge" apresentou uma canção intitulada, "Serpentes de Cristo". A própria religião e a corrupção que o homem deve rejeitar, grita alto o vilão Danzig, acompanhado com as imagens apropriadas de vídeo: "Serpentes do Senhor rastejando pela vontade de Deus / Serpentes de seu Senhor rastejando, todo mal".

O Times, o jornal de referência para a Elite do Leste, eleva este mal para "arte de alto nível". Na sua erudita "censura" da cultura MTV, o Times chama tais canções como "pensamento desafiante" de Danzig e seu álbum de assalto contra a Religião como "um dos álbuns de rock mais aperfeiçoados e absorventes do ano".

"As trevas na música mostram um espelho das trevas na sociedade -- a religiosidade vazia e o alienante discurso duplo dos políticos e os autos nomeados guardiões espirituais", escreve o crítico Jon Pareles do Times. "As melhores bandas de metal pesado podem ser um anátema em alguns locais. Mas não pode haver questionamento de sua intenção artística".

Para atacar Deus como mal, para pregar pela destruição da religião e os "falsos" valores morais da civilização Judaico Cristã, é tanto implícita ou explicitamente, disposição e objetivo da lavadora de cérebros MTV. Isto é o que esta sendo "abençoado" pela elite através de seu porta voz The New York Times e outras inumeras fontes da mídia que tem dado seus favores para aquilo que é conhecido como a "experiência de MTV".

Esta é a rede que tem ludibriado seus filhos. Mas antes que os enganem, esta trama do mal enganou você. E isto é um ponto a recordar, porque se você, a população adulta da América, não estivesse com cérebro lavado, não haveria modo de recrutar com sucesso

os seus filhos para o mal que a MTV prega, nem para causas, por mais pessoas poderosas que as defenda ou que a mídia diga a respeito.

A Mudança do Padrão Freudiano

Na secção anterior deste relatório, nós referimos aquilo que os lavadores de cérebros chamaram uma mudança do padrão, a mudança do conjunto de crenças e valores que governam a sociedade. Explicamos que tais mudanças de padrões não ocorrem do dia para noite, mas toma lugar através de diversas gerações.

Um mercado para esta mudança nos padrões sociais são os valores contidos na cultura popular da juventude. Uma visão moral ou consciência social (que os Freudianos chamam o super-ego) é formada através da experiência juvenil. É assimilado, apreendido dos membros da família e das instituições, tais como igrejas e escolas, que agem como substitutos dos pais. Se você deseja mudar os valores sociais, então é muito fácil fazer atingindo o jovem, antes que os valores são reforçados pela sociedade como um todo.

Isto é precisamente o que está sendo feito pela MTV. A lavagem cerebral de seus filhos tem levantado uma contra- instituição, que prega valores contrários aqueles da igreja e da sociedade como um todo. Mas para que tais esforços sejam bem sucedidos, deve neutralizar a influência positiva dos pais e da igreja e escolas, ou pelo menos enfraquecer tais influências.

Durante os últimos 40 anos, como explicamos, o principal veículo para lavagem cerebral em massa tem sido seu aparelho de televisão. A televisão, através de suas promoções abertas de música rock e a cultura doentia envolvente, foi a maior recrutadora para contra cultura jovem; quem não era participante ativo ou igualmente mostrou oposição nominal, todavia participou na experiência de lavagem cerebral em massa assistindo televisão naquele período.

Então sua tolerância a contra cultura do rock-droga-sexo, na programação da televisão, tem enfraquecido sua habilidade para influenciar seus filhos. Isto é que "abriu a porta" para MTV.

O Poder da Música

Desde o advento da tecnologia do cinema e da tecnologia da gravação sonora, os lavadores de cérebros em massa tem se constituído uma cultura popular da juventude em torno dos filmes e da música, especialmente como a disseminada pelo rádio, televisão e filmes.

Música, na sua forma clássica, tem o poder de atingir a alma para diálogo racional com as leis do universo. Contrário a opinião popular, a grande música clássica de um Mozart ou um Beethoven não é um ato de um gênio místico e incompreensível, mas o produto de um método que cientificamente pode se descobrir, ensinar e reproduzir. Como tal, a grande música clássica é uma celebração daquilo que é mais humano acerca do homem, que está mais ligado com a centelha divina dada pelo Criador.

Romântica ou outras formas de música banal apela para as emoções, e visa aquelas emoções que dominam o intelecto e a razão. Música romântica degrada o homem, reduz para seu estado mais bestial.

Freud, que viu o homem como um animal, compreendeu o poder da música para manipular os homens agindo semelhantes aos animais. Implicitamente reconheceu sua conexão com a lavagem cerebral, declarou que a música toca "o instrumento da alma", na mesma forma que sua psicanálise faz. Ele e os Neo-freudianos também viram o poder especial da música romântica, tanto na forma das peças Wagnerianas na "alta cultura" ou nas mais banais canções populares, apelam de modo mais direto para aquilo que é mais infantil e próximo do animal no homem, que eles chamaram o "it" ou "id".

Diversos Freudianos igualmente estudaram os efeitos da música então chamada dos "povos primitivos", observando que guiam para então um frenesi, desviando para orgias de sexo e igualmente sacrifício de sangue. Isto, dizem eles, prova o poder dos sons musicais para desatrelar o homem de suas inibições, do controle de sua consciência moral, o "super-ego".

O mal fascina, Margaret Mead e outros então chamados antropologistas sociais observaram a relação das drogas na cultura primitiva com a música; tais alucinógenos naturais como peyote "intensificavam" o selvagem, com o comportamento desinibido.

E em torno destes estudos e observações que a contra cultura do rock-droga-sexo foi produzida pelas redes associadas com a Escola de Frankfurt e o Instituto Tavistock.

Nós explicamos previamente como imagens e mensagens na televisão assistidas por pessoas jovens, alteram o comportamento em fase posterior da vida. Diversos estudos realizados mostram que uma canção ou peça musical associadas com a infância, quando ouvida mais tarde na vida, pode trazer de volta lembranças e associações daquele período anterior. Isto é, o apelo de marketing do qual a MTV e as estações de rádio chamam de "velhos clássicos", canções de 15-25 anos atrás que objetivam atingir a população adulta. Músicas populares codificadas na memória dos ouvintes que são revividas ouvindo a mesma peça de música, com isso provocando um estado emocional infantil.

Pense um momento e você verá o que estou dizendo é verdade.

Se você está em seus quarenta anos, então tem lembranças da década de 60, a maioria das quais associadas com a cultura jovem daqueles dias. Quando você ouvir uma canção dos Beatles daquele período, ou Rolling Stones, ou os "Beach Boys", que acontece? Você tem um flashback (lampejo de uma lembrança) emocional. Um estado sensível é induzido que leva você de volta para aquele tempo.

Deixe-nos dar um exemplo mais preciso. Você está caminhando numa loja com música de rock tocada ao fundo. De repente, uma canção dos anos sessentas irrompe nos altos falantes: "Sweet Judy Blue Eyes" por Crosby, Stills, Nash e Young. Sua mente divaga voltando aqueles tempos, agora mais de 20 anos se passaram. Você começa uma livre associação, relembando uma jovem que estava com você e num tempo quando os hormônios da juventude estavam agindo bastante fora de controle. A canção durou somente uns poucos minutos e toda a experiência parece ter ficado para trás, sem pelo menos uma lembrança apaixonada de algum tempo e lugar distante.

Mas então, sem igualmente sem se dar conta disto, você começa olhando com um estranho olhar e igualmente estranho sentimento para algumas jovens meninas que estão passando. Você está fantasiando, numa espécie de sonhar-de-dia. Sua mente tem sido lembrada do estado emocional infantil de 20 anos atrás! Apenas ouvindo uma certa canção.

Seja honesto agora: Não tem alguma coisa semelhante a isto acontecido com você? Quanto mais frequentemente você ouve estas músicas da "idade dourada", mais tempo gasta fantasiando, mais você tem a tendência a viver num estado de sentimento infantil, numa espécie de perversão de tempo emocional.

Durante o ápice da contra cultura, foi estimado que mais de 50 milhões de Americanos experimentaram drogas de todas as espécies, a maioria entre as idades de 10 a 25 anos. Muitos daqueles que usaram drogas estavam associados com a realização ou audição de música rock.

Não surpreende que recentes estudos revelam que a divulgação hoje daquelas canções de rock das décadas de 60 e 70 pode trazer de volta a memória, a experiência da droga para grande números de Americanos mais velhos; em casos extremos, usualmente envolvendo pessoas que pesadamente usaram drogas psicodélicas tais como LSD ou mescalina, ouvindo certas canções de rock pode causar flashback (lembranças) da droga, idêntico ou repetindo a experiências dos efeitos da droga.

Superficialmente, isto pode não parecer afetar o comportamento diário do indivíduo. Entretanto, estabelece uma ligação emocional entre a geração do "baby boom" e seu passado infantil e irracional. Faz a população adulta em geral mais tolerante com a geração da MTV e seus hábitos culturais.

"Ei, rapazes vocês tem sua música", diz o viciado da MTV para seus pais da "idade dourada", não vendo qualquer razão porque ele ou ela não se permitir ter as "suas".

Nos últimos 40 anos, a lavagem cerebral pela televisão tem enfraquecido o vigor moral de cada geração adulta sucessivamente, que tem sido incapaz de passar os valores da civilização ocidental Judaico-Cristã para seus filhos. Em vez disto, valores sociais são transmitidos através de autoridades substitutas, como elas aparecem na cultura popular da televisão.

Os lavadores de cérebros que ultimamente controlam o conteúdo da programação da televisão se tornaram confiantes que manteriam diversas gerações na sua imbecilidade e infantilismo moral. Tem havido uma recente erupção de programação da nostalgia, apelando para infantilidade da geração do "baby boom" (geração do após II Guerra Mundial); tais programas apresentam música popular do período.

Esta programação tanto estabelece como reforça a "autoridade" emocional da MTV, criando o clima para sua aceitação pelas diversas gerações, cultura jovem infantilizada. MTV retorna ao privilégio para continuação do padrão de televisão viciada para novas gerações de jovens. E as portas desta igreja de Satã estão sempre abertas, sem parar 24 horas por dia, 365 dias por ano.

O Assalto sobre a Razão

Imagine-se sentado sozinho na semi-escuridão da sala. Em frente de você está seu aparelho de TV, com a programação da MTV ligada. São cores brilhantes, flash de luzes, imagens semelhantes a sonhos misturando uma com as outras, tudo acompanhado de sons barulhentos amplificados, música rock eletrônica. Como as imagens de flash, há um par constante, dirigindo, oscilando ao compasso da música.

Então de repente, há o silêncio. As imagens param de piscar, e a voz de um locutor se faz presente. E apenas sua face no vídeo, então se dissolve. Uma batida, barulhentos ruídos aumentam no fundo, tal que sua voz é dominada pelo som da próxima "canção". Mais e igualmente altíssimos ruídos, mais cores brilhantes, flash de luzes e imagens, essencialmente dissolvendo o olhar fixo do então chamado artista. Uma pulsação compassada acompanha a imagem, a qual muda rapidamente e novamente se dissolve para o olhar fixo do artista, aparentemente falando com afetação a letra de uma canção.

Dentro de quatro minutos mais ou menos, o próximo segmento é atingido, e há um outro, breve momento de silêncio. Então, dentro de poucos segundos, o processo começa todo novamente.

Este ciclo de luzes, cores, e ruído é repetido em segmentos de aproximadamente 4 minutos cada; os segmentos de quatro minutos se dissolvem dentro de uma longa sequência de múltiplos segmentos, variando entre 16 e 30 minutos. As sequências são quebradas somente pelas mensagens comerciais, as quais são quase impossíveis de distinguir dos segmentos musicais.

Caso você continue a assistir, você se encontrará inconsciente de qualquer coisa, fora as imagens e sons emanados do aparelho. Perderá seu sentido de tempo e desenvolve uma sensação de existência íntima de que está sendo projetado sobre o vídeo. Sua mente está completamente "ligada" nas sensações projetadas do vídeo. Você experimenta um sentido de excitação, ansiosamente esperando o próximo assalto audiovisual aos seus sentidos.

Quando o aparelho é finalmente desligado, a música e imagens permanecem repetindo em sua mente. Durante os primeiros momentos depois que tal experiência de duração moderada é ultrapassada, você sente confuso e desorientado. É difícil se concentrar sobre qualquer coisa e igualmente difícil prestar atenção a discussão complicada. Você nota, inconscientemente, zunindo uma das canções que você ouviu; quando você termina, algumas das imagens são lembradas.

Isto é o que assistir MTV faz a sua mente; e igualmente pior para juventude, mentes mais impressionáveis, que têm sido educadas sob a televisão. Exposto demasiado tempo, com assistência habitual a MTV, a amplitude da atenção tenderá ao colapso dentro do segmento de "quatro minutos" do vídeo musical.

Toda televisão, se habitualmente assistida além de um longo período de tempo é cognitivamente destrutiva. A imagem visual tende desligar as funções do nervoso central associada com o raciocínio humano, como o lavador de cérebros Fred Emery comentou vinte anos atrás. Emery declarou que há um modo simples para "desintoxicar" de tal estado: Permanecer longe da televisão por alguns dias.

Mas Emery escreveu antes da era da MTV. O formato da MTV induz ao transe hipnótico manifestado em seus assistentes habituais, torna-se mais difícil "desligar"; somando, os efeitos da gravação -- as imagens e vídeos -- retornando a cabeça, enquanto o aparelho está desligado, e você criou um dos maiores entorpecentes mentais para trabalhar a lavagem cerebral em massa.

Os lavadores de cérebros se dão conta do poder da MTV. No livro sobre a MTV, intitulado "Rock 24 horas por dia", por E. Ann Kaplan, o diretor de alguma coisa chamada Instituto de Humanidades na Universidade Estadual de Nova York em Stony Brook, escreveu que a MTV "hipnotiza mais que outra televisão porque consiste de uma série de pequenos textos que nos mantém num estado excitado de expectativa... Nós estamos presos na armadilha da constante esperança de que o próximo vídeo finalmente satisfazerá, é atraído pela promessa sedutora de plenitude imediata, nos mantemos consumindo interminavelmente os pequenos textos. A MTV leva a um extremo um fenômeno que caracteriza a maioria das televisões.

Kaplan, usando a terminologia dos filósofos da Escola de Frankfurt, que falam da "visão pós modernista", que desafiam os valores normativos como eles estão logicamente representados pela consciência social moral. A MTV, diz ela, não tem simplesmente ponto de vista, nenhuma filosofia, somente uma negação da razão como sua perspectiva, em favor de expressões de "desejos, fantasias e ansiedades", os quais ela chama consciência "pós moderna".

Kaplan mostra que a disposição para aceitar doses pesadas de sexo e violência é reflexo do poder de apresentação do meio. Esmagando a razão com sensações, não pode haver "check da realidade", nenhum esforço para separar a experiência da realidade. O

assistente habitual da MTV torna-se um cativo mental, um prisioneiro do não-racional, semelhante ao mundo animal que está sendo apresentado nos vídeos musicais.

Usando uma metáfora de Michel Foucault (Panopticon), Kaplan apoia a observação de que assistir televisão, e especialmente MTV, é o equivalente a ser um prisioneiro observador. O assistente de cérebro lavado tem somente a ilusão de que controla suas escolhas, as quais são de fato controladas para ele, 24 horas por dia, por aqueles que observam seu comportamento-- os programadores da MTV. Este perfil do assistente de TV é respondido através de pesquisa de opinião, e ajustada a programação para aumentar o efeito da lavagem cerebral. MTV, comenta Kaplan, é construída sobre "o aumento contínuo do conhecimento da psicologia da manipulação."

A combinação do som e da imagem de vídeo pela MTV e um esforço para malograr a racionalidade através do apelo direto ao aparato sensorial. O vídeo musical representa um modo literal, não pensante, substituído pela percepção e sensação. Para os quatro minutos de vídeo musical, uma realidade artificial e criada, muito semelhante a aquela da droga.

Freud e os lavadores de cérebros que seguiram, compreenderam o poder da música para atingir diretamente dentro da emoção. Entretanto, a música, igualmente a música mais romântica, não é em si mesmo literal (NT: no sentido de que a música representa exatamente um sentimento do autor ou do interprete e não uma alucinação). Exige alguma atividade cognitiva para relacionar sons e palavras para objetos- pensamentos. A combinação da música com imagens, entretanto, auxilia para um curto-circuito de qualquer pensamento fornecendo uma representação literal da mensagem musical.

A maioria dos vídeos musicais não suporta uma análise racional. Isto é intencional: eles operam sobre um nível emocional. Naquele estado, o poder de dissociação da televisão se associa ao movimento. Em telespectadores habituais produz um estado hipnótico com olhar fixo, através do qual recebe a mensagens e imagens sem questionar.

Sob condições sociais normais, um jovem, especialmente um nascido numa família saturada dos valores morais da civilização Judaico-Cristã, pode recuar nas ações vulgares e licenciosas das estrelas do rock, tanto homens como mulheres, estão viciados nos vídeos. Uma primeira reação deveria ser, virar os olhos para outro lado ou cobri-los.

Mas quando este material é apresentado na MTV, o comportamento aberrante não é questionado pela sua jovem audiência. O telespectador, no seu transe hipnótico, recebe a imagem e acompanhada do som sem um senso de vergonha. Não há tempo para reflexão, nenhum tempo para pensamento, tal que as percepções esmagam o sentido. Onde não há razão, não pode haver moralidade.

Na terminologia da lavagem cerebral em massa Freudiana, o espectador de vídeo musical está num estado induzido mais semelhante a um sonho. Ele é "ajudado" ou coagido no seu estado através dos flashes repetidos de cores e imagens, esmagando o aparelho visual, enquanto a pulsação, latejante do barulho do rock, tem um efeito similar sobre o aparelho auditivo.

Neste estado semelhante ao sonho, a consciência moral, ou em termos Freudianos, o super-ego, e empurrado para o lado e há acesso direto ao sentimento mais infantil das emoções da id. A fúria anti-social e desejos eróticos, mantidos controlados por uma consciência moral, pode agora aflorar a superfície.

A conexão feita entre o espectador e o vídeo musical, em termos de lavagem cerebral Freudiana, é aquela da satisfação do desejo, uma manifestação dos desejos infantis da id para auto se expressar, sem a censura da consciência social.

O que permanece nesta experiência, especialmente se é repetida muitas vezes, é um sentido de ansiedade e conflito entre a realidade e as imagens no vídeo musical. Isto cria uma confusão moral, especialmente em jovens espectadores cujas consciências tem falta, tanto de desenvolvimento como de resistência. Produz uma melancolia que mais adiante aumenta a tendência para resposta emocional não racional as situações da vida diária.

Possui o espectador do vídeo musical compreensão do que ele viu? Não realmente, porque compreensão é uma função da razão. As emoções não podem compreender, elas podem somente reagir. Estudos sobre os espectadores da MTV tem encontrado que eles podem recordar somente certas imagens grotescas, e algumas frases notáveis que podem acompanhá-los. Eles não podem relembrar todas as canções, mas podem relembrar ritmos e batidas. Estes mesmos estudos também mostram que enquanto eles não podem explicar o conteúdo do vídeo musical, podem descrever com fortes sensações o que eles associaram com o vídeo.

Tem sido notado que tocando uma dada canção sem as imagens do vídeo, pode causar ao espectador habituado repetir aquelas imagens do vídeo musical, como se tivesse uma tela de slides na mente. Não há fluxo, nenhuma continuidade, nas imagens: é como se existessem instantâneos mentais, associados com os sons particulares, os quais voltam associados com sentimentos particulares.

Lavadores de cérebros poderiam dizer que as imagens visuais foram impressas na memória; estão codificadas pelos sons. Quando aqueles são repetidos, até na ausência das imagens, as imagens são repetidas, reproduzindo o sentido de que está envolvido na experiência do vídeo musical. Isto é como seus filhos estão sendo programados.

Quanto mais alguém assiste a MTV, mas tenderá a "pensar" com sua imaginação emocional. O antigo estudante esquerdista e atualmente crítico social, Todd Gitlin, agora um professor de sociologia em Berkeley, disse a Revista Time, que MTV tem "acelerado o processo pelo qual as pessoas estão mais inclinadas a pensar em imagens do que logicamente".

Aqueles que criaram a MTV estavam completamente conscientes de seus efeitos. Robert Pittman, a pessoa a quem é dado o maior crédito para criação e operação da MTV até 1986, declarou: "O que nos introduzimos com a MTV é uma forma não narrativa. Como oposição a televisão convencional, onde você conta com um esquema e continuidade, nos contamos com humor e emoção. Fazemos você sentir um caminho determinado como hostil a se afastar com algum conhecimento particular".

As gerações educadas na TV, diz Pittman, modela suas impressões de coisas das imagens e filmes e não de palavras.

Pittman vê a MTV como estabelecendo uma nova forma de conhecimento, o tipo de dissociação mental que o lavador de cérebros Fred Emery identifica como padrão da "Laranja Mecânica": "Vocês estão conduzindo uma cultura de bebês da TV... O que as crianças não podem hoje é seguir coisas muito longas. Eles conseguem se entender e distrair, suas mentes vagueiam. Se a informação está presente em fragmentos estanques que não segue necessariamente um após outro, crianças podem compreendê-los".

"A imagem é tudo", diz o superestrela tenista punk André Agassi, no comercial de máquina fotográfica feito com valores de produção de vídeo musical. E, concentração, razão e moralidade estão fora da vitrina.

Eles têm uma aparência tão ruim

Se há uma coisa que marca verdadeiramente a cultura jovem da MTV é a feiúra. Você deu uma boa olhada em seus filhos ou em seus amigos recentemente? Talvez você deveria manter seus olhos abertos quando caminhasse a passeio. A primeira coisa que observa são os penteados esquisitos, muitas vezes feitos em salão de beleza que se especializam naquilo que é chamado "cabelo rock e roll" ou "visão MTV". Observe com jeito, como que suas cabeças tivessem se agarrados numa tomada elétrica e então colocadas num tanque de tintas de cores brilhantes.

E suas roupas: severamente apertadas, mas as peças cobrindo esparsamente, com cores brilhantes e rasgadas. Frequentemente usam peles de animais, tais como cobras, lagartos e vacas. Ocasionalmente, vestem o que parece ser roupa de baixo como seus trajes externos, ostentando braceletes de couro e semelhantes. E usam tantas joias e tantas correntes que se pode pensar que necessitam erguer uma carga pesada para permitir se transportar por todos lugares.

Este gosto extremo tem infectado igualmente a então chamada casas de moda de Paris e Nova York. É comum ver tais estilos nos vestidos que estão sendo mostrados pelas modelos nos desfiles de modas, cobrindo os modelos de mais altos preços. Feiúra está na "coisa".

MTV agora tem seu próprio desfile de modas, "Estilo da Casa", que é típico do formato da MTV, não tem tempo definido e é mostrada aleatoriamente com aproximadamente seis diferentes shows por ano. Sua anfitriã é a supermodelo Cindy Crawford, e cobre a cena da moda com uma trilha sonora da MTV sem parar, cor agressiva, e cortes rápidos e câmeras com ângulo aberto. Ajustando versão da MTV da "contra cultura", a programação fica afastada dos desfiles de moda normais de Paris, etc para apresentar preços mais baixo nas roupas, celebridades entrevistam, e discutem com jovens estilistas.

Aqueles de nós com idade bastante para lembrar dos anos da década de 60 ou anteriores, podem ver que nada é casual do que está acontecendo. Depois de tudo, músicos populares sempre deram a impressão de estabelecer as tendências das modas. Mas aqueles que controlam a nossa lavagem cerebral e a lavagem cerebral em massa de nossa juventude através da experiência da MTV, tem notado uma diferença. O jornal "New York Times" na sessão de estilo comentou recentemente que "os vídeos da MTV tem feito os músicos mais conscientes de suas imagens e treinaram as audiências para esperar uma nova perspectiva em cada álbum". A MTV e seus "artistas" tem usurpado "o vácuo da fama" estabelecendo tendências de modas para as massas.

Isto é especialmente verdade no mercado volátil das roupas infantis. "O vídeo de rock está agora dirigindo verdadeiramente o mercado infantil", disse o consultor de moda infantil de J.C. Penney. "Tudo que as estrelas de rock estão usando, as crianças estão tentando copiar".

E isto inclui crianças muito jovens. "Crianças em idade pré-escolar conhecem moda", disse um outro funcionário de loja de departamento. "Eles estão expostos a MTV e Madona, mesmo antes de poderem andar e falar".

Citando o poder da MTV e suas super estrelas para criar estilo, Elizabeth Saltzman, a editora de moda da Vogue disse ao "The Times", "Não é muito provável que o uso de roupas de baixo por fora das roupas, fosse a próxima coisa a acontecer. Madonna fez acontecer".

Quando Madona terminou suas apresentações de 1986 em Nova York, a Macy's (NT: famosa loja de Nova York) liquidou tais roupas, todas licenciadas pela "Material Girl" em dois dias.

E a MTV, na década de 80, "fez" Madona, como fez numerosas outras pessoas estrelas populares através de sua exposição maciça. Em certo sentido, a MTV funciona igual a toda propaganda para atrair consumidores para um produto. Seus vídeos musicais, visto desta perspectiva, são auto promoção, criados ao custo próximo de US\$ 35000 pelas companhias de gravação para vender, na última década, primeiro álbum das gravações de tape cassete e depois CDs e vídeos cassetes. De acordo com o formato, o vídeo popular, gravado para reproduzir intensamente, tocará pelo menos 4-7 vezes ao dia, dependendo de suas pistas de gravação; vídeos menos intensamente gravados, ou artistas que estão sendo "domados" tocará 4 ou mais vezes na semana. Eles são mantidos na "rotação" geralmente pelo menos um ciclo mensal.

Não pode haver dúvida que o meio de propaganda MTV é um dos maiores sucessos na história. Desde do instante de sua criação em 1981 por uma subsidiária da Warner Communications, Warner Amex Cable (tem sido posteriormente vendida para gigantesco conglomerado Viacom, o qual por sua vez foi tomada pelo bilionário Sumner Redstone), todos os registros de vendas eram desanimadores.

A MTV, nas palavras de um executivo da indústria fonográfica, "salvou nossos traseiros". Retornou ao "simples" ou canção pop de sucesso para seu papel anterior, como maior meio de marketing de diferentes produtos fonográficos, dando uma proeminência que não tinha havido desde dos dias do velho Coro Americano (agora propriamente dito um show de vídeo rock).

Pessoas que focalizam sobre seus efeitos na multibilionária indústria fonográfica, estão usando além dos limites uma visão estreita da MTV como um meio de propaganda. Tem fraudado a juventude Americana sob um novo nível de cultura degenerada, enquanto incapacita seus poderes de raciocínio.

O sobrinho de Freud, Eduard Bernays foi uma das primeiras pessoas aplicar os princípios da lavagem cerebral em massa de seu tio para a propaganda. Nos seus precoces artigos, Bernays aponta que a melhor propaganda apela "acima da mente", diretamente para as emoções e instintos. Tais apelos ultrapassam o pensamento racional e trabalham sobre os desejos inconscientes, especialmente as associações de infantilidade envolvendo sexo e poder, por exemplo.

Bernays anuncia uma era de propaganda psicologicamente sofisticada apresentando estrelas de cinema e outras pessoas famosas para induzir objetivamente a audiência a copiar aquilo, elas percebem ser emocionalmente desejáveis no comportamento.

A MTV leva este modo de lavagem cerebral para novos níveis tecnológicos. Sua audiência está sempre em quase transe, estado não crítico, pronto para receber imagens copiáveis. A eficácia da MTV pode ser medida como quando seu filho se assemelha ao cantor líder Megadeath ou sua filha se vê semelhante a Madonna.

Modificação do Comportamento

Além das vendas de calcinhas de couro negro, cinta ligas ou braceletes de couro, ou camisetas rasgadas, MTV também vende padrões de comportamento asocial (ausência de sociabilidade) e não racional, para consumo pela nossa juventude.

Escrevendo na década de 1950, Dr Frederic Wertham, uma das primeiras pessoas advertir sobre poder destrutivo da programação da televisão sobre as mentes de pessoas jovens, descreve, como a mente jovem aceita imagens de comportamento obtidas de fontes fora da família e instituições sociais semelhantes as igrejas. Dr Wertham empreendeu uma guerra contra a indústria da história em quadrinhos e mais tarde, contra a televisão, por causa do que eles apresentavam para pessoas jovens, soluções para problemas baseadas na violência e outras formas emocionalmente não racionais.

Dr Wertham explica que é impossível estatisticamente correlacionar uma a uma quaisquer conexões entre uma imagem das histórias em quadrinhos e o ato de violência de um adolescente, como algumas pessoas tentaram fazer. A mente, diz ele, não trabalha tão simples. Por exemplo, a imagem colorida de um personagem de história em quadrinhos surrando alguém com um cano de chumbo permanecerá enterrada na memória da pessoa. E relembra numa situação de stress completo, tais como uma luta de rua, nos quais as

emoções envolvidas com a representação da história em quadrinhos, neste exemplo a paixão também está envolvida. Sob tais circunstâncias, o jovem copiará aquilo que está na história em quadrinhos, pegando um cano de chumbo e surrando alguém até a morte.

As cortes e outros podem nunca ver a conexão, Dr Wertham diz, mas é o papel da sociedade adulta que tais imagens não sejam transmitidas, sem censura, para impressionar as mentes de nossa juventude.

Com a MTV, a apresentação de imagens é habitual. O mais importante é o produto que está sendo propagado e consumido, é a própria lavagem cerebral pela televisão. Kaplan, no seu trabalho previamente citado, diz que toda televisão e MTV em particular é "precisamente sedutiva por que fala para o desejo que esta insatisfeito", prometendo plenamente satisfação daquele desejo "em algum lugar distante e nunca para ser experimentado no futuro. A estratégia da TV é manter o consumo sem fim, na esperança de satisfação de nossos desejos."

No caso da MTV, sua auto promoção alimenta nossos desejos infantis de possuir objetos. Seu antigo slogan de propaganda, popularizado internacionalmente, é o grito de uma criança para sua mãe ou substituta, "Eu quero minha MTV".

Um outro de seus shows de auto-promoção, mostra uma referência a uma imagem de templos Astecas, então mostra o logotipo da MTV no topo destes templos. Deste modo, a MTV se anuncia como herdeira da cultura Asteca -- a cultura baseada no sacrifício de sangue humano que não vê nenhum valor na vida humana.

Dr Wertham, nenhuma de suas muitas convincentes observações clínicas, baseada sobre estudos de casos, notou que a leitura habitual de história em quadrinhos preparou toda uma geração para aceitar o não-racional, muitas vezes violenta passagem da televisão. Observou que todas as histórias em quadrinhos, com sua ênfase na imaginação, apresentada de forma colorida, era atrativa para as mentes jovens, desencorajando o pensamento criativo.

Igualmente mais importante, Dr Wertham se opôs a alguns dos argumentos emitidos pelas indústrias das histórias em quadrinhos e seus defensores, que eles estavam trazendo pessoas que de outra maneira não teriam que fazer, para "leitura". As histórias em quadrinhos criavam barreiras mentais para leitura, impedindo as crianças do desenvolvimento, do domínio da linguagem e a ambiguidade contida na grande literatura e poesia precisamente por que as palavras eram associadas com suas imagens. A mente, disse ele, estava sendo desligada e as emoções ligadas. Os leitores de histórias em quadrinhos, disse ele, não eram leitores por que não estavam pensando: estavam meramente, e passivamente olhando as figuras, com diálogo tolo.

Ele contestou os Freudianos clássicos que declaravam, que as personalidades de crianças jovens eram formadas pelas manifestações do complexo de Édipo entre as idades de 3 e 5 anos. Dr Wertham sustentava que o fundamental da identidade do homem é sua consciência moral e isto é gravado pela interação de jovens crianças com a sociedade. E alguma coisa que é aprendida e para aprender, deve-se ser capaz de pensar. As histórias em quadrinhos foram então fazendo a América imoral; mais tarde disse a mesma coisa acerca da televisão e sua programação.

Para os objetivos deste relatório, deixe-nos concentrar sob um aspecto das observações do Dr Wertham. Para deixar alguém aceitar a programação da MTV, deve acontecer uma certa pré-condição. Alguma desta pré-condição é óbvia. A MTV é uma televisão de resultado, então a aceitação geral da televisão pela sociedade adulta ajuda e prepara a criança para aceitar "a experiência da MTV". Então há o efeito de convencimento da contra cultura e sua música sobre a sociedade; rock e música similar está em toda parte, porque não haveria um canal de televisão dedicado a ela? Mas, tal canal poderia ter simplesmente instantâneos televisados de grupos e cantores exibindo suas canções, como se no concerto. A MTV faz alguma coisa disto; mas a essência da programação da MTV é o vídeo musical, para o qual pessoas como Kaplan e outros que já escreveram a história da MTV, descreve como se veio de nenhum lugar, como alguma coisa de totalmente novo. Se era o caso, então parecia contradizer as observações clínicas do Dr Wertham.

Bem, não é este o caso. Há precedentes na mídia de massa para combinação de música com fantasia visual para produzir a espécie de apelo emocional não racional que temos previamente descrito. Temos já falado acerca de tal precedente: a propaganda na televisão.

Por mais de 40 anos, a população tem assistido TV, através do uso hábil da música e imagem, tem tentado manipular o controle do subconsciente e instintos para vender produtos. A maioria é exibida menos que um minuto, mais contém numerosas imagens e muitas vezes um jingle fácil de lembrar.

Iniciando a menos de 20 anos, a música rock tornou-se produto principal dos anúncios da televisão. No início era somente poucos produtos visavam ao mercado alvo juvenil. No final da última década, anúncios de rock alternativo eram a moda dominante na propaganda da televisão.

Esta pré-condição da audiência da MTV pelos anúncios da televisão foi tão efetiva que uma das primeiras coisas que a nova rede teve de fazer foi convencer a população que não era uma propaganda em grande escala. Para fazer isto, os lavadores de cérebros e perfiladores de opinião pública auxiliaram para promover a MTV para "vanguarda", para estabelecer a imagem bizarra de que estava além do alcance da televisão "normal". Esta pretensão de promover a "new music" ou música exótica socialmente, tais como "heavy metal"(metal pesado) e artistas que infringiam a lei e a moral, tais como Madonna, Prince, e Michael Jackson.

A imagem de Madonna, agarrando seus seios e as entre pernas, usando braceletes de couro e calcinhas como roupa externa, ajudou a definir a imagem da MTV bem a parte da força principal da televisão, e dominou, por comparação, a publicidade.

Mas é importante lembrar que Madonna, ela mesma, foi e não é aquilo que está sendo apregoado ou vendido através a MTV e outras promoções. "Eu estou vendendo um ponto de vista", disse ela uma vez a um entrevistador. E qual é o ponto de vista dela? Em outra entrevista acerca de um vídeo anterior, "Express Yourself"(revelando você mesma), na qual aparece acorrentada numa cama, se contorcendo ludicamente para as câmaras, declarou, "Eu tenho acorrentado a mim mesma. Não há um homem que coloque corrente em mim...Estou acorrentada aos meus desejos. Faço tudo pela minha própria vontade. Eu sou responsável, OK?"

O vídeo promovendo este emocionalismo auto-aleijado ganha um prêmio da MTV, essa autoridade institucional da cultura popular.

Desligue sua TV - Parte XIII por Lonnie Wolfe

Havia Disney

Antes mesmo do surgimento da propaganda em televisão, e até mesmo da própria televisão, havia um outro fenômeno de comunicação de massa que pré-condicionava os jovens para uma experiência irracional e audiovisual de música em vídeo: os desenhos animados de Walt Disney, especialmente seu personagens como "Branca de Neve", "Cinderela", "Bela Adormecida", "Pinoquio", o demônio "Fantasia" e, mais recentemente, "A Pequena Sereia" e "A Bela e a Fera".

Por mais de 50 anos, pais tem levado seus filhos para verem as produções de Walt Disney, acreditando que elas sejam uma representação sadia dos "valores Americanos". Mal sabem que estão sujeitando seus filhos e a si próprios a uma das mais desprezíveis e efetivas lavagens cerebrais em massa da história moderna. Foi Disney quem aperfeiçoou a combinação de música e desenho animado, que eventualmente evoluiu para o canal MTV de música; muitos dos seus desenhos animados e vários dos seus números musicais com desenhos animados, poderiam ser considerados como os primeiros "vídeos musicais".

Entre 1935, quando da produção de (Branca de Neve), e os dias atuais, mais de um bilhão de crianças no mundo inteiro assistiram (uma ou mais) produções de Disney em cinemas ou em televisões; dezenas de milhares de outras crianças assistiram em casa, pela compra ou aluguel de fitas de vídeo nesta última década.

Som e cor.

Disney foi o primeiro a casar som com os desenhos, e o primeiro a produzir personagens em desenhos animados que cantavam. Estas inovações geraram uma série de curta metragens, começando pelo seu mais famoso personagem, o Mickey Mouse, e seu primeiro desenho animado sonoro, (Willie, o Barco a vapor). Outros tem tentado combinar som e animação. Disney exigia absoluta sincronização: seus personagens tinham que parecer reais.

Posteriormente ele exigiu (ritmo), a sincronização entre ação, imagem e música - algo que ninguém havia tentado antes. Imagens e som tinham que criar uma (imagem mental) que as fizessem parecer reais, de forma a proporcionar aos personagens uma (dimensão emocional). Quero que as pessoas se relacionem com aquele rato (Mickey Mouse) como se ele fosse um parente, ele disse aos seus animadores. Eles tem que chorar quando ele estiver triste e sorrir quando ele estiver alegre, disse Disney.

Disney também foi um advogado precoce quanto ao uso de cor para conseguir o efeito emocional e o super-realismo. Cor, segundo ele, não era apenas um incremento, algo meramente para ser adicionado de forma a agradar a audiência, como era a opinião de vários de seus próprios auxiliares. Era essencial produzir uma sensação que extravasasse, onde o senso de realidade fosse suspenso. Sob tais circunstâncias (estado de semelhante ao sonho), as pessoas ficariam mais suscetíveis a aceitar as imagens dos seus desenhos como personagens reais.

Disney considerou um curta metragem produzido em 1931 (Flores e Árvores), que apresentava uma sequência de árvores e margaridas dançando, "morto" e até "estúpido" por causa da falta de cor. Ele ordenou que fosse adicionada cor, pela primeira vez em um desenho animado, e subitamente a vida brotou em tudo. Foi um verdadeiro sucesso.

Tendo "visto a luz", ele forçou uma maior utilização de cores mais intensas e brilhantes, e uma iluminação mais dramática, usando flashes de cores. Na produção de (Pinóquio), Disney orientou o uso de cores mais e mais audaciosas, de forma a atingir um efeito psicológico de choque. Quanto mais audaciosa a cor, mais intensas as imagens, mais as pessoas iriam gravá-las e mais tempo elas iriam retê-las na memória. Em sua concepção, as primeiras imagens vistas na infância teriam tal poder de impressão que deveriam ficar retidas na memória para sempre.

Central a cada um dos filmes animados de Disney, estão as sequências de som especialmente selecionadas. Cada um contém imagens fortemente coloridas que acompanham a melodia das canções.

De acordo com seus animadores, a idéia não era apenas (ilustrar) as palavras das melodias, embora se observe tal procedimento no que eles produziram. Eles foram orientados por Disney a criarem (imagens que incorporassem o conteúdo emocional) das melodias e das músicas. As imagens serviam de (guia) para o que ele queria que as pessoas gravassem, a respeito da melodia. Se a melodia fosse triste, por exemplo, pequenos animais deveriam aparecer chorando, de forma que, quando uma criança olhasse seria automaticamente sugestionada a sentir-se triste. Se o momento fosse feliz, as imagens deveriam espelhar felicidade. Se a melodia fosse suave os animais deveriam ser vistos praticando ações ternas em relação a companheira. Se fosse alguma coisa assustadora, as imagens deveriam transmitir terror nas outras criaturas da natureza. Tudo isto deveria ser feito de forma intermitente, alternando imagens do personagem cantando e (representações emocionais) da melodia.

Desta forma, através da combinação de música, melodia, e imagens, Disney descobriu a maneira de se relacionar diretamente com o (emocional), o nível não racional das pessoas. Seus desenhos animados não eram feitos para as pessoas pensarem, mas sim para sentirem, algo que, segundo ele, unificaria sua audiência de pais e crianças em um nível infantil de emoções. Os conceitos de Disney eram completamente coerentes com aqueles dos lavadores cerebrais da Escola de Frankfurt, como Theodor Adorno, que dizia usar os meios de comunicação e o seu poder para transmitir imagens emocionalmente carregadas para forçar um retardamento mental da sociedade adulta.

"Se todos pensassem e agissem como crianças", disse Disney uma vez expressando suas crenças, "Nós não teríamos qualquer problema. Pena é que mesmo as crianças precisam crescer".

Música Romântica.

Mesmo com um treinamento limitado em violino, Disney, diferentemente de todos os demais que trabalharam com ele, percebeu as semelhanças entre a música clássica romântica e o romantismo das formas mais populares de música, tais como as melodias de Bing Crosby ou Frank Sinatra. Na maior parte da sua carreira ele esforçou-se em introduzir temas de músicas clássicas em seu trabalho, porque ele entendia que elas eram um veículo mais forte para carregar mensagens emocionais.

Uma de suas primeiras séries de desenhos animados populares foi a chamada (Sinfonia Boba) e sua primeira metragem foi uma representação fantasmagórica onde esqueletos dançavam para Saint Saens (A Dança Macabra). Posteriormente, partes da série previamente mencionadas, foram reproduzidas em cores (Flores e Árvores), nas quais temas clássicos eram usados para dar forma humana aos objetos. Sua produção posterior (Bela Adormecida) usou o ballet de Tchaikovsky e o texto introduzido permanece hoje gravado na memória de muitas gerações.

O mais famoso experimento de Disney nesta forma clássico-romântica foi sua longa metragem chamada (Fantasia), no qual, em sua mais famosa sequência, aparece Mickey Mouse como um aprendiz de um mago do mau que tentava controlar o Universo, num aparente pacto com o demônio. O filme, cuja música era conduzida por Leopold Stokowski, também continha uma versão de Stravinsky (Tarde do Faúno), que o compositor reverenciava. Para grande desapontamento de Disney, a peça foi um desastre na sua apresentação em 1940. Ela só veio encontrar sucesso na sua reapresentação durante o período de contra-cultura nos anos 60, quando ela se tornou um item de cultura popular.

Uma Mente doentia

Disney era, se nada mais, um ego maníaco, que odiava seus seguidores, na sua própria insegurança exigia que vissem como seus inferiores. Em seu momento de maior egoísmo, ele vangloriou-se de ter criado a vida eterna, através dos seus personagens de desenho animado. Seu ego era tão grande que ele não permitia que ninguém tomasse crédito pelo seu próprio trabalho desenvolvido em seu estúdio, para humilhação do seu grupo de assessores. Todos os seus desenhos animados deram crédito apenas a ele como único

inspirador e criador. Este egoísmo construiu sua imagem, permitindo a ele vangloriar-se como sendo mais conhecido e mais popular do que qualquer outro americano, vivo ou morto.

Como é o caso de tais ego maníacos, embora externamente visto como uma pessoa auto-confiante, Disney era tremendamente inseguro. Pelo menos uma vez, num ataque de insegurança, ele tentou suicídio, para ter sua vida salva por sua mulher. Não se sabe se ele alguma vez buscou ajuda psicanalítica, embora ele gostasse de oferecer suas famosas opiniões psicanalíticas, usando termos Freudianos, a outras pessoas.

Disney mencionou uma vez que preferia a companhia de pequenos animais, com os quais se identificava melhor, do que com humanos. A raça humana, segundo ele, era inerentemente má, contendo dentro de si mesma, as sementes da sua própria auto-destruição. Não tendo qualquer sentimento do amor de Cristo, Disney admitia sua incapacidade de amar outros humanos e tinha problemas de relacionamento com as mulheres.

Criado em um lar protestante fundamentalista, por um pai distante e frio, e uma mãe fraca e super-emocional, Disney desenvolveu uma concepção onde tudo se resumia numa simples batalha entre os desejos maníacos do bem e do mau, com um Deus remoto tendo pouco ou nenhum peso no resultado final. Ninguém lembra de alguma vez tê-lo visto orando para Deus, e embora sua família fosse a Igreja, quando ele ia era apenas para ser visto pelas demais pessoas.

Para Disney, as coisas aconteciam pela força da vontade, com a intervenção da sorte e da magia. Era nestas forças e na sua própria, que Disney acreditava, se ele acreditava em alguma coisa afinal, não seria seu desprezível seguidor. Seu hino, o qual ele escolheu como tema da sua popular série de televisão ABC e, mais tarde, para a NBC, era o golpe esmagador do seu filme (Pinóquio), "Quando você faz um pedido a uma estrela".

Mickey Mouse, como muitas pessoas observaram, (era) Walt Disney, e o cenário criado por ele para a sequência do Aprendiz de Feiticeiro era um reflexo da auto-imagem de Disney. Disney via a si próprio como uma versão moderna do caráter de Goethe, que empenhou sua própria alma ao demônio em troca de alcançar seus desejos; somente Disney via a si mesmo trapaceando o destino pela astúcia e pelo desejo, ganhando suas batalhas egoístas com seus personagens endemoniados da insegurança, da culpa, e do auto-ódio.

Neste sentido, a sequência (Fantasia) envolvendo (Noite sobre o Monte Calvo), com suas imagens legendárias de terror e a eventual vitória de Mickey sobre o demônio, e a personificação de Disney vencendo as "desigualdades", coisa que ele orgulhava-se de fazer, mesmo sob grandes riscos.

Se Disney, como a moderna mitologia da nossa cultura popular apregoa, era o símbolo do sonho Americano, então este sonho é um pesadelo anti-cristão.

Um apoiador das causas da ala-direita, ele deve ter compartilhado idéias com os maçons da Ku Klux Klan em seus primórdios, que tinham perdido o gosto da opinião popular na maioria do País, durante o período da Nova Negociação. Como a Klan, Disney odiava as minorias. Ele não queria nada com os Judeus nem com os Negros; se ele tinha algum trabalho para eles, era meramente por uma "necessidade" advinda do seu negócio de fazer cinema. Sob pressão, ele geralmente descarregava contra "aqueles imundos Judeus". (E embora seu anti-semitismo fosse de conhecimento geral em Hollywood e frequentemente ostentado em público, ele jamais foi alvo de ataque pela liga dos Anti-Difamatórios).

Ele menosprezava trabalhadores e sindicatos, os quais chamava de "plebe comunista". Ele jamais permitiu que uma mulher tivesse posição de autoridade e as via apenas como "m'quinas de fazer-bebê" e para manter casos extra-conjugais para os homens. E embora ele fosse celebrado como o realizador da propaganda de desenho animado na guerra anti-fascista, antes da guerra ele foi a Itália receber um prêmio das mãos de Mussoline, de quem ele admirava a forma de governar e que era "fã" do Pato Donald.

Este é o controvertido homem a quem a América confiou a mente dos nossos jovens. Seus desenhos animados apresentam o mundo, como um espelho da sua destorcida visão anti-cristã. Foi através das imagens de Disney, frequentemente carregadas de melodias, que a população jovem deste País e pelo mundo afora foi inicialmente apresentada a conceitos de moralidade, que eram caracterizados pela ausência de um conceito de Deus.

As noções simplistas sobre o bem e o mau apresentada por Disney, estava em ressonância com a (percepção) geral da cultura e da ideologia popular Americana. Os Americanos se consideravam religiosos, mas segundo o entendimento de Disney, a maioria sabia e se importava muito pouco sobre os fundamentos religiosos que deram corpo a civilização Judaico-Cristã. Eles preferiam moralismo simples a pensamentos mais profundos. Embora não pudessem identificar nada de diferente ou errado em Disney, o senso de moral Americano já enfraquecido, estava sob novo ataque.

Em Pinóquio por exemplo, as crianças veem o conceito de consciência desenvolvido na figura do Grilo Falante, apresentado a parte do boneco de madeira, representado por Pinóquio. A consciência deles não tem qualquer relação com os ensinamentos de algum Ser superior, Deus, ou Judaico-Cristão. Deus e religião são muito complexos para as crianças, dizia Disney, que mandava sua família para a Igreja, todo o fim de semana.

A separação entre consciência e o ser propriamente dito é uma projeção da perspectiva Freudiana de anti-religião que estava sendo popularizada. O Grilo Falante era uma ilustração do super-ego de Freud, com suas advertências para "Parar de Pensar!", "Parar de Fazer!", se essas mesmas idéias tivessem sido apresentadas como mera presunção freudiana, elas teriam sido atacadas por várias instituições religiosas. Apresentadas no entanto por Disney, a milhões de crianças, elas foram reverenciadas por vários grupos religiosos.

Em seus filmes animados há inúmeras imagens de animais jovens e altamente vulneráveis, que eram vitimados pelos humanos, frequentemente sofrendo trágicas consequências. Disney disse que ele achava que uma forte ligação emocional, poderia ser criada entre a visão da criança e o animal na tela, uma vez que a criança sentiria a vulnerabilidade. Como explicamos em nossa discussão sobre Mickey Mouse, esta ligação, estabelecida quando muito jovem, ajuda a tornar o adulto suscetível a lavagem cerebral, vindo do ambiente que o cerca.

Crianças são também mostradas como vítimas dos esquemas dos adultos, frequentemente dos próprios parentes; quando eles não estão sendo explorados, eles são mostrados, sendo reprimidos de curtir suas experiências de infância. Esta é em parte uma projeção, uma vez que Disney achava que havia sido vítima de um pai dominante em sua infância. Em que ele foi um dos primeiros a chamar de "valores de família", havia poucos, se algum, representações de uma unidade familiar com pais fortes e amáveis interagindo com mães também fortes e amáveis. Na verdade havia muito pouco de amor cristão em suas criações, apenas romantismo e amor por pequenos animais e outras criaturas semelhantes.

Novamente, se apresentados em um contexto diferente, de uma forma diferente, estas idéias seriam tomadas como extremas, nas figuras de Disney no entanto, quem se dispusesse a atacá-las seria desarmado pelo "charme" e "meiguice" da apresentação.

E, há repetidas referências a fadas, tanto boas como más, e a intervenção dos poderes mágicos delas para transformar a realidade. No padrão Disney há sempre um caráter vulnerável, tipo Branca de Neve, presa em uma batalha entre os espíritos bons e os maus; nestas batalhas, o bom geralmente termina ganhando. Este final feliz (com exceção do caso "Bambi", que não fez muito sucesso de bilheteria) era a marca registrada de Disney, e isto fez com que muitos vissem em seus filmes uma "força para o bem" e uma "perspectiva positiva".

Discutindo sobre os efeitos da cultura gerada pelos livros cômicos, Dr. Frederic Wethermam disse que a criação de heróis cujos poderes fossem mágicos e sem qualquer relação com Deus diminuía a crença do jovem na religião e nos seus princípios morais. Isto não é o bastante para caracterizar as forças do "bem" e do "mal", disse ele, porque não há bases para o julgamento moral do que é bom e do que é mau sem a presença de Deus, isto porque não há verdades universais sem ele. Por que nós deveríamos substituir valores morais de 2.000 anos de civilização através de representações em um livro cômico? Dr. Wethermam perguntou. Ou em um filme de Disney, neste caso.

Vídeo Musical

Para Disney, música era a chave para a criação das suas poderosas ilusões. Em cada filme, começando pelo de 1931 (Os três Porquinhos) e seu "quem esta com medo do grande lobo mau?" ele tentou criar uma ou mais "sintonias de sucesso" sequências do tipo vídeo-música. Mesmo que eles não gostem do filme, disse ele, eles lembrarão dele por causa da sequência musical.

Músicas como "Assobie enquanto trabalhe" (cantada pelos anões de Branca de Neve), "Quando você faz um pedido para uma estrela" (cantado pelo Grilo Falante em Pinóquio), e muitas outras. Disney, na sua época, vendeu mais do que os Beatles, fruto da ligação música-filme, da mesma forma como descrevemos a relação entre um vídeo musical na MTV e um CD.

Quero agora que você volte seu pensamento para quando você era criança, para quando seus pais o levaram para ver seu primeiro desenho animado de Disney. Foi um grande evento aquela primeira visão de "Branca de Neve" ou "Cinderela", num teatro escuro, rodeado por inúmeras outras crianças da sua mesma idade. Tente lembrar dos efeitos das cores e das músicas do filme, tanto das músicas propriamente ditas como das canções. Sem muito esforço, é bem possível que você seja capaz de sussurrar uma das canções. A medida que você sussurra, você deve relembra, com rara clareza, a imagem dos personagens, ou ao menos do ambiente cheio de cores, onde você ouviu pela primeira vez aquela canção. É uma memória altamente agradável, levando-o de volta a um momento da sua vida, onde haviam poucos carinhos.

Agora, se você é da minha idade e teve alguma experiência com a contra-cultura dos anos 60, volte seu pensamento para aquele período problemático. Pense nas suas próprias experiências com a cultura da droga ou nos seus amigos contando suas emoções após uma "viagem" pelo LSD ou por outro alucinógeno similar, ou ainda por uma experiência intensa com marijuana.

A primeira coisa que vem em mente são as cores, as cores vivas. Elas eram do tipo desenho animado, super-reais. Mas, de onde vem esta sensação e esta percepção de cores vivas? Das próprias drogas? Não propriamente: as drogas apenas realçavam a percepção daquelas cores que estavam em nossas memórias.

Eu diria que aquelas cores vinham dos desenhos animados de Disney, que foram gravadas em nossas memórias desde que éramos bem jovens, em parte pela sua combinação com uma imagem-música fortemente carregada emocionalmente. Elas ficaram gravadas no subconsciente. As drogas simplesmente trouxeram a tona aquelas sensações, associados com um sentimento infantil e emocional de prazer.

Eu não estou afirmando que Disney, que morreu em 1966, estava diretamente envolvido na promoção da cultura da droga. Estou dizendo que suas imagens não-rationais fortemente coloridas e carregadas de emoções ajudaram a criar as condições prévias para que inúmeros americanos se tornassem dependentes da contra- cultura da droga-rock-sexo iniciada nos anos 60.

Quando você ultrapassa a puberdade, você começa a ver os filmes de Disney, especialmente os desenhos animados, como ingênuos e sentimentais. Eles eram "coisas de criança" e você era um adulto jovem. Mas, não obstante, enterradas em sua memória estavam aquelas imagens e mais importante, uma forma de pensar -- "pensar com o coração" como o Grilo Falante em sua canção.

O emocionalismo permanece com você, como seu principal modo de pensar, razão pela qual alguns de vocês devem estar se sentindo desconfortáveis com o que estou dizendo nesta série.

Agora, a medida que você entra na meia idade, Disney e seu "pensar com o coração" permanece em seu redor, graças em parte a televisão.

Disney foi o primeiro estúdio de renome a usar a televisão para promover seus produtos, começando em 1953; o "Walt Disney apresenta" na rede ABC e posteriormente o "Clube do Mickey Mouse", ajudaram a reforçar sua rede. Disney hoje usa a televisão para promover a distribuição em massa das antigas e novas produções animadas, incluindo filmes como a Bela e a Fera.

Os americanos, ainda acreditando no mito Walt Disney, recebem entusiasticamente os cassetes aos milhões, colocam seus filhos frente as televisões e os projetam. As crianças ficam como petrificadas, dissolvendo suas mentes infantis em flashes de cores e música. Eles frequentemente assistem o mesmo filme centenas de vezes. Pense no que deve estar acontecendo na capacidade cognitiva deles!

"Eu não quero jamais crescer", canta Peter Pan, enquanto voa. Gerações de americanos agarram-se a sua infância, enquanto seus filhos agarram-se ao MTV.

Numa apreciação sobre o MTV no seu décimo aniversário em 1991, o "crítico" pop Jon Pareles do "The New York Times" escreveu sobre o sucesso dos vídeos musicais: "Como forma, o vídeo musical esta próximo da propaganda e do desenho animado, com imagens "cartoonizadas"(desenhadas) de muitos roqueiros da pesada (hard-rockers), rappers e cantores populares ... "

Bem-vindo ao "Mundo Maravilhoso de Walt Disney!"

As crianças da Vila Sésamo

Em seção anterior a este relatório nos descrevemos os efeitos danosos a mente provocados pelo popular show para criança em televisão pública, o "Vila Sésamo". Para nossos propósitos aqui, vamos enfocar apenas aquele aspecto do show que mostra como, de forma similar a Disney, ele ajudou a preparar uma geração de crianças para o MTV.

Desde o seu início há 20 anos atrás, a figura central da Vila Sésamo e o uso da música, geralmente o rock ou o rap, como forma de mecanismo de ensino. Você alguma vez já prestou atenção em uma daquelas sequências?

Pegue por exemplo aquelas que ensinam simples adições. Há o aparecimento de uma pessoa cantando e então o pano de fundo troca de cores, e o número aparece na tela. O número, ele mesmo uma cor brilhante contrastando contra outra cor brilhante, começa a se movimentar e a tomar uma forma humana, com pernas e braços. Mais cores e outro número aparece, também sob a forma semi-humana. Os dois números começam a dançar uma batida de rock, daqueles que você pode acompanhar com palmas. A tela muda a cor

de fundo em flashes e então alguma pessoa ou um boneco humano aparece, também dançando; eles contam seus números e começam a dançar, como num clube ou num disco. O número que representa a adição dos dois primeiros aparece então na tela.

As mesmas combinações de vídeo-música, cor e vídeo- animação, são usadas na maioria dos chamados segmentos de ensino. Alguns números dançam, noutras vezes são as letras e as palavras. A criança permanece sentada, batendo palmas ao ritmo da batida de rock. As cores prendem sua atenção e elas permanecem vidradas na tela da TV.

Esta lavagem cerebral tem recebido prêmios pela "inovação" que tem imprimido ao processo educacional . Mas, para nossos propósitos, vamos nos concentrar apenas na descrição da apresentação do vídeo. Ele é um vídeo musical, usando as mesmas formas e princípios desenvolvidos por Disney e posteriormente enriquecidos pela moderna tecnologia atual, conforme hoje modelado no MTV. Ele está apenas a um passo dos chamados "Kid-Vid", musicais desenhados para crianças, apresentando roqueiros e crianças-roqueiras. Na verdade, PBS produz uma série de vídeos musicais da "Vila Sésamo", apresentando música rock e show de personagens como o Big Bird (Grande Pássaro). Os números apresentados nos vídeos tornaram- se parte do sucesso dos concertos da "Vila Sésamo".

Melhor falando, não há na realidade nenhuma inovação em "Vila Sésamo" e seus números dançantes acompanhados por atores humanos. Walt Disney, quando da sua primeira produção nos idos de 1920, produziu um curta metragem usando números e letras em movimento, e até a presença de atores humanos, como peça de propaganda promocional.

"Vila Sésamo", que foi vista por dezenas de milhões de crianças durante a década que antecedeu o surgimento da MTV em 1981, foi a fonte inspiradora para o novo canal de lavagem cerebral em massa, colocando vídeo musical em frente aos olhos das crianças e estabelecendo um modo de pensar em suas mentes infantis. Nesta forma, "Vila Sésamo" foi e é um recrutador para a caolha Igreja de Satã, a MTV.

Um pouco de História

Faz pouco mais de uma década desde que a MTV foi lançada em 31 de julho de 1981, com as palavras de um dos seus criadores, John Lack, "Senhoras e Senhores: Rock and Roll!"

Da mesma forma que no caso Disney, uma mitologia popular foi desenvolvida para divulgar a história do MTV e explicar seu sucesso. Os elementos comuns são a mente infantil de Lack, o já mencionado Robert Pittman, e outros que forçaram a introdução do programa em uma indústria de entretenimento que relutava aceitá- lo, incluindo a companhia dos seus pais, a Warner-Amex Cable Communications. Pela força do desejo destes "tipo de prodígio" (todos estavam na casa dos vinte e trinta anos), a indústria foi forçada a ficar com esta experiência audaciosa e perigosa até a metade dos anos 80. Durante este tempo eles resistiram aos ataques dos conservadores e de competidores, e também a relutância dos fornecedores de cabo, que no início não desejavam assinar contratos para canais com 24 horas de música.

Como em todo mito há sempre um fundo de verdade. É verdade que Lack, Pittman e muitos dos seus companheiros fizeram o MTV acontecer. Mas este acontecimento foi muito cuidadosamente planejado.

Antes da MTV, havia uma audiência alvo: os adolescentes. Estudos demográficos mostravam um declínio "per capita" na audiência nacional de televisão nos Estados Unidos, e a causa primeira era que os adolescentes não assistiam TV na mesma proporção que nas décadas anteriores. Nós mantemos a opinião de que a criação do MTV foi direcionada para segurar os grupos pertencentes a faixa etária dos 12 aos 20 anos num formato de lavagem cerebral, usando música popular para fazê-lo. Que eles tenham se associado aos interesses das companhias gravadoras que visavam salvarem-se a si próprias de perdas financeiras foi apenas uma feliz coincidência; ele criou as condições para os "vídeo clips", que baratearam os custos da aventura. Mas mesmo se houvessem custos adicionais, ou mesmo se os custos dos vídeos musicais tivessem que ser pagos em parte pelos chamados canais musicais, a criação do MTV ou de um canal similar teria acontecido para proporcionar os efeitos desejados, de trazer os adolescentes de volta para a TV.

Assim, o canal foi iniciado após um levantamento da população alvo para determinar o que os prenderia. Mesmo antes de Pittman envolver-se com o projeto, Warner já experimentava um novo programa infantil via cabo, o Nickelodeon, que apresentava um show de vídeo musical, o "Pop Clips". Pittman, trazendo sua experiência como veterano na programação e marketing de rádio, realizou uma pesquisa "psicográfica" para determinar o formato que deveria ter uma possível rede musical. Isto incluiu o uso do sistema experimental de TV interativa que estava sendo implementada pela Warner, QUBE, em Columbus, Ohio, para obter respostas aos programas musicais antes de lançar uma nova rede.

Antes da introdução do MTV, seus criadores realizaram testes e recolheram dados suficientes para provar que o esforço resultaria em sucesso. O formato 24-horas foi selecionado com base nos resultados destas pesquisas de lavagem cerebral. A promoção inicial do MTV e mesmo o desenvolvimento do seu famoso logotipo, com o "M" maiúsculo sobressaindo o "TV", foi um produto desta pesquisa.

Pittman entendeu que este canal não poderia competir com o horário nobre da televisão, nem esta deveria ser uma intenção desejável. Mais de 70% de toda a audiência ocorria fora do horário nobre. MTV, armada com os resultados de sua pesquisa com a audiência adolescente, planejou chegar as pessoas fora do horário nobre das 7:00 as 11:00 da noite, eles desejavam os espectadores do "horário pós-escolas" e os do "tarde da noite". Esta é uma das razões pelas quais a rede foi lançada no formato 24-horas.

Uma crítica inicial ao formato adotado pelo MTV, feito por alguns peritos em mídia, foi falta de coerência, que era preferível juntar vários tipos de vídeos (punk, pop, hard rock, etc) em segmentos coerentes, talvez até em shows. Os que criavam MTV, com seus levantamentos psicográficos em mãos, viam isto como não efetivo. MTV deveria ser rotacional, deveria ter uma lista, como uma estação de rádio, mas nenhum esforço deveria ser feito na tentativa de juntar música em grupos coerentes. Pittman argumentava que isto poderia atrair qualquer espectador em potencial, que soubesse que seu grupo favorito seria provavelmente apresentado no decorrer de uma ou duas horas, mas não teria certeza de exatamente quando. O jovem ficaria preso, na sua expectativa e permaneceria vendo a TV pela qualidade da lavagem cerebral do formato de vídeo música.

"Quando você esta lidando com a cultura musical", disse Pittman para o "The New York Times", "a música serve para algo além do entretenimento. Ela é o suporte que as pessoas usam para identificar a si próprios. Ela representa os seus valores e culturas".

MTV escolheu um formato orientado ao rock, de forma a atender ao maior contingente da audiência alvo, conforme indicada pela pesquisa psicográfica. Isto foi mais tarde questionado por vários artistas Afro-americanos e outros que viam uma ponta de racismo na escolha, mas Pittman rechaçou dizendo que ele estava interessado no telespectador branco, adolescente, e aficionado do rock e que as chamadas formas urbanas ou música negra não tinham maior apelo para ele do que qualquer estilo country (sertanejo) ou western (oeste). Para distinguir MTV do rádio, o formato deveria incluir uma alta percentagem de artistas e de canções novas, ao invés apenas dos "40 maiores destaques". Todas as decisões de formato eram baseadas no resultados de pesquisas de opinião.

MTV jamais alterou significativamente o seu formato original. Hoje ele tem permitido a apresentação de um maior número de música negra, incluindo os populares rappers em suas listas. Seu alvo continua sendo basicamente os adolescentes brancos; Afro-americanos podem obter sua dose de vídeo lavagem cerebral em qualquer dos muitos shows de vídeo-musical "orientado aos negros" disponíveis nos sindicatos e noutros canais a cabo.

Depois de consolidado seu canal principal, MTV direcionou-se para criar um outro canal em 1986 para atender aos roqueiros da faixa etária de 35 a 50 anos, VH-1 (Video Hits -1), que alguns chamam de "vídeo para velhos". Ele mantém aquela geração, dos barulhentos bebês mais velhos, vivendo em sua infância passada, admirando clips de artistas dos anos 60 e início dos 70, bem como os "soft rock" agora populares. Como um representante do MTV disse, "temos evitado poluir a imagem do nosso canal principal. Ele continua jovem e vibrante, e cheio de coisas selvagens".

VH-1, como o próprio MTV, foi estabelecido somente após extensa pesquisa psicográfica, que mostrou que ele não "poderia errar".

Por que os ataques prévios falharam?

Muito tem sido questionado quanto a como MTV "se fez", a despeito de ter sido ignorada no seu início por muitos dos estabelecimentos de mídia. O "The Times" por exemplo esteve conspiracionalmente ausente do seu "evento de largada", embora MTV estivesse sediada exatamente em frente ao Rio Hudson em New Jersey. Mas, se MTV tivesse que obter sucesso, ele teria que ser um anti-estabelecimento, ou pelo menos fora do "curso principal".

Não há dúvidas que a MTV hoje esta tão estabelecida quanto alguém possa querer. Seu aporte financeiro veio inicialmente de Dope Inc ligada a Warner Communications e do American Express, e mais recentemente do gigante da mídia internacional, o Viacom, e de seu dono bilionário, Sumner Redstone, que tem empurrado MTV na direção de uma rede global. Cada degrau do caminho foi subsidiado pelo banco de Nova York e por outros bancos do centro-financeiro, que financiam as operações destas companhias.

E manobrado como um negócio e tem sido sempre assim. Jamais perdeu dinheiro e continua a gerar e trazer lucros substanciais para seus investidores e proprietários. Em 1991, último ano de disponibilidade dos dados, MTV teve um rendimento de \$243 milhões e um lucro operacional de \$88 milhões, cuja taxa de crescimento e maior do que 20%; lucros ainda mais altos são esperados para este ano, apesar da depressão. E, como havíamos dito, tem gerado bilhões de dólares para a indústria de gravações.

A estratégia adotada por Pittman, Lack e seus sucessores para manter o MTV como um canal estreito, tentando alcançar a mais ampla audiência de jovens possível, e mantê-los presos ao canal, tem dado margens a críticas de "elitismo" pelos elementos da vanguarda do rock.

Tal criticismo jamais preocupou Pittman e seus chefes; os únicos críticos que eles levam a sério são os jovens aficionados do MTV. E as pesquisas mostravam que a maioria dos jovens espectadores achavam que o MTV era o que eles queriam.

Nos primeiros anos MTV parecia imune aos ataques lançados, na sua grande maioria, pelos religiosos contra o satanismo, sexo, e violência contra a cultura jovem e música popular. Somente na metade da década, aproximadamente após 4 anos de transmissão contínua de tais vídeos, que estes ataques começaram a criar forma na mídia nacional. Mas, naquele instante, os oponentes do MTV já lidavam com uma instituição estabelecida.

Alguns destes oponentes, mais notadamente a Coalisão Nacional contra a Violência na Televisão (CNVT) e seu líder, o Dr Thomas Radecki, faz observações claras e convincentes sobre os ensinamentos diabólicos ensinados pela igreja caolha de Satã. "MTV e Warner empurram dentro dos lares Americanos programas de sadismo e ódio violentos...", Dr Radecki afirmou no início dos anos 80. A mensagem que o MTV passa para os jovens Americanos, ele disse em uma entrevista para um jornal, é de que "violência é normal e okay, que relações sexuais hostis são comuns e aceitáveis, que heróis se engajam em tortura e morte por puro prazer."

"Tenho visto diversos casos da população jovem em minha prática psiquiátrica," disse Dr. Radecki, "com problemas sérios de ira e comportamento anti-social que estão imersos na sub-cultura da música rock violenta. Cada um deles possui diversas camisetas com estampas de vários grupos de roqueiros da pesada (heavy metal) e usam certos tipos de bijuterias metálicas e arame farpado no pescoco. É óbvio que eles estão seriamente imersos na fantasia de violência que estão afetando suas maneiras de pensar e de agir numa direção anti-social."

Mas, apesar destas afirmações, Dr. Radecki e seu grupo não vê nada de errado na cultura jovem do MTV (em geral), restringindo seus comentários apenas as formas mais violentas e satânicas do rock. Eles nunca falam sobre a promoção do não-racional, e do pensamento anti-cristão através do vídeo musical. Na verdade, seu grupo tem dado prêmios a vários grupos de rock e seus vídeos que promovem "temas pro-sociais". Ele tem induzido a MTV a colocar tais vídeos no ar, embora promovam a contra-cultura e também os valores anti-cristãos do ambientalismo.

Na metade da década, da mesma forma, "Tipper" Gore, a esposa do vice-presidente Al Gore, então um senador pelo Tennessee, envolveu-se numa cruzada contra a pornografia e as letras violentas dos rocks. Isto culminou no fato da indústria aceitar a rotular certos CD's e vídeos como contendo material questionável, o que aparentemente serviu para aumentar ainda mais suas vendas.

Mas Gore e ela, também chamadas de esposas de Washington, nunca atacaram MTV de fato. Ela disse uma vez numa audiência no congresso que ela não achava nada de errado na grande maioria do que era transmitido, com exceção de alguns dos itens mais chocantes, como os vídeos do Prince. Ela disse recentemente ao "The Times" que ela na realidade gosta de rock & roll e que foi uma grande fã dos Rolling Stones e dos Greatful Dead!

E a moral e a mentalidade fraca dos seus oponentes que asseguraram ao MTV que ele poderia no fundo fazer o que bem lhe aprouvesse. Ao falhar no ataque as bases da ideologia do MTV, o direito, tanto o religioso como o outro, tem apenas ajudado a alimentar o mito de que MTV é um anti-estabelecimento. Pesquisas recentes revelam que os jovens americanos hoje estão muito mais casados com esta mania do que jamais estiveram desde o surgimento do MTV; quanto mais impotente for o ataque, mais se convertem e mais poder MTV ganha.

MTV, a igreja de Satã, esta ganhando a luta pelas mentes dos Americanos porque ninguém desafia a ideologia da lavagem cerebral que esta por baixo do conceito de vídeo musical. Ao invés disto, observa-se que alguns grupos religiosos vem adaptando os métodos do MTV para o seu benefício próprio.

"Apesar de um tipo silencioso, Jesus é uma estampa em jaquetas e camisas de manga curta", divulga a seção de moda do "Times". Ou pelo menos e como ele aparece em "Fora das Tumbas", um vídeo que transforma Mark 5:1-20 em imagem líquida e os sons do MTV. Por nove minutos, Jesus e o homem atormentados pelo demônio e por um trabalho dental difícil sai e entra de uma lavagem cerebral hipnótica.

Isto tudo é sinal de século 20, estonteante, urbano, e executado com sofisticação. O demônio chega a usar bones de baseball e alta performance. Nós desejamos chegar com a visão deste lado da estória até os adolescentes e os jovens adultos "The Times" anuncia Fern Lee Hageborn, o gerente do projeto Sociedade Bíblica Americana para o Projeto de Multimídia, que produziu o vídeo. Eles chegaram a conclusão que um vídeo no estilo dos do MTV era a forma mais apropriada de fazê-lo. Satã deve estar rindo de nós.

O Bravo Mundo Novo

"Nós tomamos uma decisão consciente de não envelhecer com nossa audiência," disse Robert Pittman, agora um executivo da Time-Warner Inc, "então decidimos mudar pela razão da mudança".

Pittman estava se referindo a decisão tomada este ano pelo MTV de entrar, de uma forma marcante, no processo eleitoral com uma cobertura multi-milionária da campanha e um esforço para mobilizar os eleitores do segmento de 18-24 com uma campanha chamada "escolha ou perca".

MTV não estava apenas adicionando novidades políticas aos seus shows de rock noturnos e semanais, mas sim coletando e cobrindo as notícias políticas de interesse para sua audiência como coisas sobre aborto, censura, racismo, escandalos sexuais, etc. MTV estava tentando cobrir a campanha como uma série de vídeos musicais sobrepondo a cobertura das notícias. Os segmentos continham música e sons, e vídeo-música com ângulos e cortes, na esperança de obter o maior impacto emocional possível.

"Estamos tentando falar a linguagem que nossa audiência entende", disse um dos produtores de notícias. "Nos atingiremos as pessoas que falam a linguagem do MTV".

Entremeadas com reportagens imagens, haviam entrevistas com produtores de notícias políticas, geralmente conduzidas pela reporter política de 25 anos, Tabitha Soren, que falava e fazia perguntas num estilo curto, tipo "rapper" (dançarino de um tipo de música negra), e que gostava de vestir-se com roupas de homem. Para a cobertura da convenção GOP, MTV contratou Ted Nugent da banda de metalheiros da pesada Damm Yankees and Treach (Yankees Maus e Não Confiáveis), um "rapista" negro do grupo "Naughty by Nature" (Maus por natureza), que movimentou-se em busca dos fundamentalistas e outros que estivessem mais do que interessados em aparecer na rede de Satã. Na convenção dos democratas, Dave Mustaine podia ser visto entrevistando delegados dos estados do sul.

Soren, que conseguiu obter os comentários de Bill Bradley, senador por Nova Jersey e ex-estrela de basquetebol, na convenção dos democratas e de Newt Gingrich, líder da minoria no estado da Geórgia, na convenção de GOP, tornou-se por si só um grande centro de atenções. Tudo isto ajudou a construir a credibilidade das coberturas do MTV. "Estamos tentando fazer as pessoas sentirem as coisas", disse um elemento do MTV. "Queremos que eles conectem algumas imagens e faces com algumas idéias, de tal forma que eles fiquem relacionados com aquelas idéias. Não estávamos tentando fazer pregac.es". Era mais a tradição do vídeo musical.

O espectador médio do MTV assiste ao canal por apenas 16 minutos seguidos. Os executivos da rede planejam toda a programação com o conhecimento de que esta atenção limitada é o que eles dispõem para explorar.

MTV diz que planeja continuar este tipo de cobertura para oferecer um serviço completo a sua audiência jovem. Neste meio tempo, as grandes redes iniciaram a produzir vídeos musicais ao estilo do MTV para divulgar notícias locais, e eventualmente notícias nacionais ou shows para tratar de assuntos políticos. MTV não muda, disse Pittman, mas a medida que a geração jovem do MTV envelhece, "a sociedade esta se tornando mais parecida com o MTV".

Em 16 de Junho, Bill Clinton se tornou o primeiro candidato a presidente a se submeter ao show de entrevista "Escolha ou Perca" do MTV. (Mais tarde Ross Perot faria o mesmo; o Presidente Bush recusou o convite). Foi um romance bem organizado, com uma audiência jovem cuidadosamente pre- selecionada para fazer ambos, MTV e Clinton, parecerem bons.

MTV recebeu a aprovação e a promessa do homem que viria a se tornar o presidente eleito dos Estados Unidos, de que permaneceria em contato com a rede e com sua audiência. "Eu gosto do MTV", ele disse, expressando admiração pelo trabalho que eles estavam fazendo de conseguir que os jovens se registrassem e votassem com a campanha do "Escolha ou Perca".

Para o comercial da campanha "Escolha ou Perca", um que apareceu centenas de vezes foi o de uma tela explodindo com fortes flashes de luz e um fundo musical de rock da pesada, com palavras em gíria forte, sobre a carta dos direitos (bill of rights). A banda é do grupo de rock Aerosmith.

"Liberdade", declara o guitarrista Joe Perry, "é o direito de usar algemas com propósitos amistosos". Enquanto fala, ele lambe o creme espalhado no peito farto de uma loira. Ele continua: "Liberdade para usar creme como roupa". Duas loiras, vestidas com a bandeira Americana, seguravam uma condom (camisinha) gigante. Com o prosseguir do rock, uma voz canta: "Liberdade para usar camisinha todo dia se necessario."

"Hey," grita o cantor Steve Tyler, "Proteja sua liberdade - Vote!"

"Mesmo para a pessoa errada," adiciona rindo o tocador de baixo Tom Hamilton.

MTV e o seu VH-1 estarão disponíveis na Casa Branca em 1993, da mesma forma que em 250 milhões de casas ao redor do mundo. Satã está rindo tão alto que você pode escuta-lo. Basta desligar sua TV e escutar.

Isto é tudo por ora. Quando retornarmos nos lhe mostraremos como os lavadores de cérebro pretendem colocá-lo no seu próprio "mundo virtual", onde você não apenas será um espectador, mas se tornará parte de uma fantasia interativa mais real e forte do que qualquer experiência com drogas. Bem vindo ao bravo mundo novo da "realidade virtual".

(fim)

Notas dos tradutores:

- A maior parte da tradução foi feita por engenheiros não profissionais de tradução, apenas acostumados com inglês técnico.
- Algumas palavras de ordem filosófica contem explicação entre parênteses.
- A palavra "brainwash" e suas derivadas: não foi encontrada uma palavra correta para traduzir. Foi traduzida como lavagem de cérebro. Mesmo o Michaelis dá uma explicação extensa sobre o assunto, mas não traduz numa única palavra.

POR FAVOR DIVULGUE FAÇA PELO MENOS UMA CÓPIA, IMPRIMA E

PASSE ADIANTE !

A BARREIRA CONTRA A DIVULGAÇÃO DISTO É MUITO GRANDE...
