

Artigo

SUBLIMINARES-1

2005

1

Formatado em DOC e
Convertido para PDF por,

Mr.MaxMaster

E distribuído sem fins lucrativos.

Para contato via MSN adicione,
maxmastermail-msn@yahoo.com.br

No momento todo trabalho que realizo
Dedico a ΔΕΥΣ, meus pais e aos meus filhos θυεριδος!

2

Como se defender

“Observação”

Neste momento, pare por 30 segundos o que você está fazendo. Este é o tempo normal de um comercial de TV. Dê uma olhada geral à sua volta. Pronto! Agora tente anotar (mentalmente) tudo o que você viu. De olhos fechados procure responder, por exemplo, quantos livros havia na estante, ou quantas almofadas havia no sofá, ou que horas marcava o relógio da sala, se o mostrador dele era com algarismos romanos ou arábicos ou qual era a cor da sua meia ? Olhe novamente, agora procurando fixar com mais atenção nos cantos, nos detalhes.

Percebeu quantas coisas foram simplesmente ignoradas. Percebeu que sua lista poderia conter pelo menos 3 vezes mais objetos ? Todas as coisas à sua volta, todos os detalhes, não foram acrescentados ou alterados. Eles continuaram nos mesmos lugares. As coisas que você anotou, são na realidade as percepções conscientes. As que você não viu ou pensa que não viu, foram 'anotadas' sim, porém a nível de inconsciência, subliminar. Realmente é inconcebível que um indivíduo pudesse concentrar-se de maneira consciente em todas as coisas ao mesmo tempo. A percepção consciente é, portanto fragmentária. É impossível à mente humana lidar com todas as percepções,

sejam visuais, auditivas, olfativas, gustativas e táteis ao mesmo tempo. Sabemos que alguns espões, são treinados exaustivamente para, numa passada de olhos, 'fotografar' objetos, códigos, equipamentos, números de série de equipamentos, etc. Você também pode chegar a este nível. Tenha fé ! Os neurofisiologistas, psicólogos, comunicólogos e todos quantos estudam e se apaixonam por esta matéria, sabem há muito tempo que apenas uma pequena fração de uma percepção é registrada de modo consciente. Se você fosse submetido a um processo de hipnose ou narcosíntese, (não aconselho), certamente iria descrever o mesmo ambiente da experiência anterior

com uma riqueza de detalhes que certamente iria impressioná-lo. Logo, é possível desenvolver, através da repetição de experiências semelhantes a realizada, substituindo a sua sala por exemplo, por qualquer veículo de comunicação ou emissor de mensagens: TV, teatro, jornais, revistas, cinema, games, outdoors, etc. Você vai se surpreender com a quantidade de mensagens 'escondidas' que vai descobrir nos cantos e detalhes desta 'sala'. Uma outra técnica de caçar mensagens na TV e nos games, por exemplo, é gravar o programa ou jogo em vídeo e em seguida pausar ou congelar as imagens. O professor Vicente tem encontrado muito material escondido nos

games. “Observe que quando estão jogando, as crianças (ou adultos) estão totalmente concentradas no centro da ação, ou seja, no centro do monitor. Quando estiver pausando as imagens, faça uma varredura, em tudo aquilo que geralmente ninguém vê: olhe os muros, as placas das ruas, dos carros, as mensagens pichadas nas paredes, as simbologias ocultistas, nazistas, ideológicas, etc. que compõem o cenário. A primeira reação que você vai sentir depois de tudo isso é de indignação, de 'bronca' por saber que foi por muito tempo enganado”, conclui o professor.

Temos alguns aliados nesta guerra...

ONG Mensagem Subliminar

A ONG Mensagem Subliminar (Organização Não Governamental de Estudos e Pesquisas em Mensagem Subliminar), foi fundada em 26 de maio de 2002 quando um grupo de professores e pesquisadores se reuniram para com base jurídica fundar esta Organização, não só com a finalidade de promover através de palestras, conferências, cursos e seminários, estudos e pesquisas efetuados na mídia nacional e internacional; mas também divulgar através dos meios de comunicação, os abusos cometidos pela mídia em geral,

no que se refere a inserção de mensagens subliminares.

A “ONG Mensagem Subliminar” é uma entidade sem fins lucrativos, constituída por tempo indeterminado e número ilimitado de membros.

Como atua a ONG

A “ONG Mensagem Subliminar” recebe diariamente, através do correio eletrônico, vários e-mails de usuários que encontram no seu dia-a-dia com a TV ou outra mídia, ‘descobertas’ relacionadas à inserções subliminares em comerciais, filmes, novelas, etc.

O caso mais sério até hoje, ocorreu quando um dos nossos diretores

examinou o comercial da MTV que, de acordo com uma pessoa que estava alcoolizada, tinha visto algumas ‘coisas estranhas’ no final. Após uma análise detalhada e criteriosa, nossa equipe confirmou a existência de dezenas de frames com forte apelo sadomasoquista, enxertados a nível subliminar, em segundo plano na vinheta da emissora. Concluímos que as imagens eram extremamente rápidas para serem captadas pela visão consciente e que o conteúdo erótico ficaria ‘armazenado’ no subconsciente do telespectador.

Tal fato agravou-se ainda mais devido a total incompatibilidade de horário de veiculação da vinheta. Logo após a conclusão da pesquisa e sua

conseqüente publicação no site, a presidência da Ong, encaminhou uma denúncia ao órgão competente (Conar) para que as providências no sentido de apurar os fatos, fossem tomadas. Apesar do Conar ter se manifestado impotente neste caso, alegando não se tratar de anúncio comercial, ficou a cargo do Ministério Público tomar as providências cabíveis, oferecendo denúncia junto à justiça. Na data de 04 de novembro de 2002, o juiz da 12ª Vara Cível da Comarca de São Paulo determinou através de liminar, que a MTV retire a vinheta do ar. O MP também requereu que a emissora seja multada em R\$ 7,4 milhões à título de indenização que terá

como destino o financiamento de campanhas educativas.

O "CÓDIGO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC)"-LEI Nº 8.078, de 11 DE SETEMBRO DE 1990

O CDC pode não ser ainda a solução ideal para todo aquele que se julgue enganado por propagandas contendo mensagens imperceptíveis a nível de consciência, mas de qualquer forma, pode servir de parâmetro e base para futuras ações judiciais.

A Ong Mensagem Subliminar, sugere alguns artigos nos quais, a 'vítima' lesada física, mental ou espiritualmente, pode encontrar algum embasamento para

pleitear possíveis indenizações morais ou materiais.

TÍTULO I - Dos Direitos do Consumidor

Seção III - Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir ao erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir

o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste Código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

Seção IV - Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços:

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista

sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

TÍTULO II - Das Infrações Penais

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Consulte toda a lei:

<http://www.mj.gov.br/dpdc/cdc.htm>

PROJETO DE LEI Nº 5.047, DE 2001

Modifica a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a

proteção do consumidor e dá outras providências”, proibindo a veiculação de propaganda contendo mensagem subliminar.

Autor:

Deputado JOÃO HERRMANN NETO

Relator:

Deputado LUIZ BITTENCOURT

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei em epígrafe, de autoria do Deputado João Herrmann Neto pretende proibir a veiculação de propagandas que contenham mensagem subliminar. Para isso, propõe modificar o Código de Defesa do Consumidor,

incluindo dois novos artigos, vedando de forma explícita o uso de recursos destinados a sensibilização subliminar na propaganda comercial e estabelecendo pena pelo descumprimento dessa determinação.

Como justificção, o autor do projeto argumenta que é necessário aperfeiçoar a supracitada legislação, incorporando disposições, que visem a coibir o uso de técnicas denominadas de “mensagem subliminar”, que não foram previstas quando da elaboração e aprovação do texto legal.

Submetido à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada em 12 de

dezembro de 2001, o projeto foi aprovado por unanimidade de seus membros.

A proposição foi distribuída a esta Comissão para relatoria, em 02.05.03, não recebendo emendas no prazo regimental.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A presente proposição procura suprir lacuna existente no atual Código de Defesa do Consumidor, disciplinando o uso de mensagens subliminares, tão comuns na publicidade comercial e capaz de influenciar as pessoas,

induzindo-as ao consumo de determinados produtos.

Para isso, com muita propriedade, o projeto elenca, de forma meramente exemplificativa, alguns procedimentos de sensibilização subliminar, normalmente utilizados na elaboração de peças publicitárias, sem prejuízo de outros que possam ser definidos na regulamentação da lei, cuja veiculação passa a ser vedada.

Constitui, por conseguinte, iniciativa de grande relevância pública, pela preocupação meritória em aperfeiçoar instrumento tão importante que é o Código de Defesa do Consumidor, razão pela qual voto pela aprovação do Projeto de Lei nº 5.047, de 2001.

Sala da Comissão, em ... de ... de 2003 .
Deputado LUIZ BITTENCOURT
Relator

Nota:Os grifos são nossos.

Fonte:

http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=126609

A "Abrinq"

A Abrinq, Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos, através do Instituto da Qualidade do Brinquedo, é outro órgão que se preocupa com os problemas diretamente ligados ao mundo das crianças. A Abrinq defende que todo lançamento que chega ao mercado brasileiro, através de fabricante nacional

ou importador, receba um selo de qualificação. O órgão costuma se basear em estudos e pesquisas de institutos de Pedagogia das universidades públicas, para se certificar sobre a provável influência de certos tipos de brinquedos sobre a formação da criança. De acordo com Cinésio Batista da Costa, presidente da Abrinq, o fabricante de brinquedos estará obrigado a seguir uma série de normas que o capacitará a receber o selo de aprovação.

O "CONAR"

O Conar - Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, é uma organização não governamental fundada

para zelar pela ética da publicidade aqui no Brasil. O Conar recebe queixas identificadas de todo consumidor que se sentir ludibriado, agredido, humilhado ou discriminado em seus direitos garantidos pela constituição, contra todo e qualquer tipo de propaganda comercial veiculada pela mídia. O diretor executivo do Conar é Edney G. Narchi.

OBS: Este artigo recebi por e-mail de internauta(s) participante(s) de listas, grupos e/ou fóruns de discussão. Não me responsabilizo por nada aqui escrito e muito menos pelo que for executado por quem lê!