

SISTEMAS MULTIMÍDIAS AUDIOVISUAIS: O USO DA MENSAGEM SUBLIMINAR COMO MANIPULADORA DE DECISÕES

Fabiola de Oliveira Alvarenga
Mestranda em Educação Tecnológica
Instituto Presidente Tancredo de Almeida Neves
fabiola.alvarenga@gmail.com

Wallace Camargo Vieira
Bacharel em Sistemas de Informação
Fundação Presidente Antônio Carlos
laciocc@gmail.com

1. Introdução

Mensagens subliminares correspondem a informações introduzidas de modo imperceptível ao olho humano e captada pelo inconsciente. Segundo Calazans (1999, pg. 4),

[...] subliminares são as mensagens que nos são enviadas dissimuladamente, ocultas, abaixo dos limites da nossa percepção consciente (medidos pela Ergonomia) e que vão influenciar nossas escolhas, atitudes, motivar a tomada de decisões posteriores.

Muito se discute a respeito da comprovação científica do impacto das mensagens subliminares. Diversos autores debatem o assunto baseando em experimentos que tentam manipular a mente humana. Mesmo diante de todas essas tentativas, nada é provado cientificamente, pois até a psicanálise e as teorias de Freud ainda são discutidas e contrariadas por cientistas.

Apesar de existir a idéia de que as mensagens subliminares não manipulam a mente, nos meados do ano de 1957, Jim Vicary, dono da empresa “*Subliminal Projection Company*”, fez uso do taquiscópio (*Táquion* em grego significa veloz e *escópio* é visor-projetor; projetor de dispositivos de alta velocidade) projetando a cada 5 segundos sobre o filme “Picnic” a frase “Beba Coca”, na velocidade de 1/3000 de segundo, aumentando em 57,7% as vendas de Coca-Cola no intervalo.

Diante disso o trabalho aborda algumas técnicas sobre o uso de mensagens subliminares nos sistemas multimídias. Sabe-se que sistemas bem estruturados, com interfaces e linguagem atingível, conseguem prender o usuário ao assunto tratado de maneira mais amigável e fácil. Juntamente com as mensagens subliminares, forma-se uma ferramenta poderosa de manipulação mental, que será descrita neste trabalho.

Para atingir o objetivo principal do trabalho, que é verificar a capacidade de um vídeo manipular mentes onde foram abordados técnicas de inserção de mensagens subliminares

através do desenvolvimento de vídeos, contendo mensagens subliminares, dos mais diversos tipos. Assim, uma entrevista foi realizada com as pessoas que assistiram ao vídeo, para coletar dados e comprovar se realmente a mensagem subliminar manipula o poder de decisão.

Para chegar a este objetivo principal, o trabalho aborda superficialmente os sistemas multimídias e profundamente os sistemas audiovisuais, descrevendo as técnicas de construção de vídeos. As mensagens subliminares são tratadas de maneira profunda, buscando principalmente argumentos que comprovem que o subconsciente, quando afetado, pode levar a ações que influenciam na decisão final da pessoa. Para isso, conceitos como ID, ego e superego precisam ser descritos para um melhor entendimento do funcionamento do consciente/subconsciente de uma pessoa.

Após o enraizamento do conhecimento sobre sistema multimídia e mensagem subliminar, o trabalho faz uma ponte conectando os dois assuntos e mostrando assim que a capacidade de manipulação mental é bastante expressiva quando se desenvolvem multimídias com mensagens inseridas de maneira imperceptível ao olho humano.

O problema em questão no trabalho refere-se ao fato de as mensagens subliminares serem pouco abordadas, mal interpretadas e muitas vezes desconhecidas. Pessoas que dominam esse conhecimento utilizam técnicas e táticas em diversos setores do mercado, como por exemplo, na publicidade, a fim de fazer com que os telespectadores comprem um determinado produto pelo fato de serem manipulados a praticar tal ato. Outro exemplo marcante são as campanhas eleitorais, meticulosamente feitas para induzirem eleitores a votarem em determinado candidato.

Diante dos exemplos supracitados, esbarra-se no conceito ético do livre arbítrio. Manipular mentes, induzindo pessoas sem que elas saibam, alterando suas decisões finais, não seria politicamente correto. Seria uma perfeita afronta aos direitos humanos e uma via de contramão ao livre arbítrio. As mensagens subliminares, apoiadas nos sistemas multimídias, têm uma capacidade impressionante de influenciar gostos, vontades, sentimentos, desejos e até decisões finais.

Em contrapartida, muitos benefícios são gerados e aproveitados pelos desenvolvedores. Por exemplo, em um supermercado, mensagens como “Roubar é feio” e “Seja honesto” podem alterar até comportamentos, diminuindo em até 81% os índices de furto de produtos. (CF "Propaganda Subliminar Multimídia" p.53).

2. Metodologia

Este estudo monográfico tem como base uma pesquisa exploratória dividida em duas partes: a primeira consiste em um estudo descritivo e explicativo, fundamentado em revisão bibliográfica no acervo de livros em conjunto com busca em artigos científicos de acesso na Internet e em bases de dados acadêmicos disponíveis sobre sistemas multimídias e mensagens subliminares.

Contará com as obras de Wilson de Pádua Paula Filho, especialista em multimídia e arte gráfica visual, para fundamentar os conceitos sobre sistemas multimídias e também contará com as obras de Flávio Calazans, especialista em subliminares, sendo o primeiro a tratá-las no Brasil.

A segunda parte do trabalho é de caráter exploratório, onde será desenvolvido dois vídeos, através de um *software* editor/produtor especialista, utilizando das técnicas demonstradas de manipulação mental por mensagens subliminares. Após a confecção dos referidos vídeos, realizou-se uma pesquisa qualitativa e quantitativa, através de questionário e entrevistas informais com o público que os assistiu, a fim de averiguar o real propósito da mensagem subliminar. Os dados coletados foram submetidos a uma análise e discussão a finalizar o estudo com o objetivo a ser alcançado.

3. Resultados

Diante dos experimentos realizados, por mais simplórios que estes sejam, a idéia de que a mensagem subliminar atua na mente humana é sem dúvida aceita. Portanto não se sabe a que nível isso chega, não se sabe se todas as pessoas são vulneráveis a esta técnica, ou se em determinadas horas do dia ou em momentos de estresse mental, a mente ficaria mais vulnerável a estas informações. Apenas um ponto deve ser questionável: a ética do uso destas ferramentas.

Os profissionais na área de informática, que lidam com desenvolvimento de softwares e vídeos, amantes da informação digital e da publicidade, devem atentar para o fato de estarem tocando em um ponto sensível. A viabilidade desta ferramenta vai de encontro a um dos princípios mais nobres que o ser humano possui, o livre arbítrio. Utilizar de um mecanismo tão poderoso de manipulação mental, de forma obscura, escondida e por entrelinhas deveria ser condenado e considerado uma afronta aos direitos humanos.

Estes profissionais devem fazer uma análise de consciência antes de aceitarem desenvolver vídeos com teores subliminares. A menos que, estas idéias sejam divulgadas e

que tenham conhecimento geral dos espectadores, para por exemplo renderem mais em suas organizações.

4. Considerações Finais

Diante dos fatos apresentados e com a consolidação das informações, percebe-se que o vídeo é uma das maiores fontes de interação com o usuário, além de propagar em alto escalão as vontades por trás de seu desenvolvedor. O vídeo por si só já é chamativo, o sistema audiovisual é uma miscelânea de mídias inseridas que transformam idéias, sonhos, pensamentos abstratos, em informações concretas e de fácil acesso.

Um filme estudado, previamente planejado, bem editado e com propósitos bem definidos atinge o público alvo com uma capacidade imensa de aceitação.

Com a ferramenta de inserção de mensagens subliminares, esse valor de aceitação quase que triplica, as informações passadas pela tela do computador/televisão ou qualquer outro eletrônico divulgador de mídia, são captadas por olhos atentos a todos os detalhes. De acordo com a pesquisa, fica nítido que a pessoa que assiste aos vídeos é influenciada a tomar uma decisão mesmo sem saber que foi induzida a cometê-la.

É importante ressaltar que os dados coletados mostram que as mensagens subliminares ferem o livre arbítrio da pessoa, ou seja, o seu direito de escolher e decidir algo oriundo de seu próprio modo de pensar, é extremamente afetado pelas mensagens subliminares.

5. Referências Bibliográficas

ARRIELO, Valéria, *Multimídia Computacional: Produção, planejamento e distribuição*. São Paulo, Visual Books, 2001.

CALAZANS, Flávio, *Midiologia subliminar: marketing do pânico pokemon à pokemania*. *Líbero – Revista Acadêmica da Faculdade de Comunicação Cásper Líbero*, São Paulo, ano III, volume 3, n. 5, primeiro semestre de 2000

HUFFMAN, Karen; VERNON, Mark; VERNON, Judith, *Psicologia*. São Paulo: Atlas, 2003.

MARIA DA CONCEIÇÃO, Edilene, *Regras de apresentação de trabalhos monográficos da Faculdade Presidente Antonio Carlos de São João Del Rei – FUPAC*. São João Del Rei – MG, 2007

PAULA FILHO, W. de P., *Multimídia: Conceitos e Aplicações*. LTC Editora, 2000.

REGINA, Sandra, *A Batalha pela sua mente: Trabalhando com mensagens subliminares*. 2008. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/administracao-artigos/a-batalha-pela-sua-mente-trabalhando-com-mensagens-subliminares-561010.html>>. Acesso em: 14 abr. 2011

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried, *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2008