

10 ESTRATÉGIAS DE MANIPULAÇÃO EM MASSA UTILIZADAS DIARIAMENTE CONTRA VOCÊ



Fabio NASA

1. A estratégia da Distração

- O elemento primordial do controle social é a estratégia da distração, que consiste em desviar a atenção do público dos problemas importantes e das mudanças decididas pelas elites políticas e econômicas, mediante a técnica do dilúvio, ou inundação de contínuas distrações e de informações insignificantes.
- A estratégia da distração é igualmente indispensável para impedir o público de interessar-se por conhecimentos essenciais, nas áreas da ciência, economia, psicologia, neurobiologia e cibernética.
- *“Manter a atenção do público distraída, longe dos verdadeiros problemas sociais, cativada por temas sem importância real. Manter o público ocupado, ocupado, ocupado, sem nenhum tempo para pensar; de volta à granja como os outros animais”*

2. Criar problemas e depois oferecer soluções

- Este método também é chamado “**problema-reação-solução**“. Se cria um problema, uma “situação” prevista para causar certa reação no público, a fim de que este seja o mandante das medidas que se deseja aceitar.
- **Por exemplo:** Deixar que se desenvolva ou que se intensifique a violência urbana, ou organizar atentados sangrentos, a fim de que o público seja o mandante de leis de segurança e **políticas desfavoráveis à liberdade**.
- **Ou também:** Criar uma crise econômica para fazer aceitar como um mal necessário o retrocesso dos direitos sociais e o desmantelamento dos serviços públicos. (*qualquer semelhança com a atual situação do Brasil não é mera coincidência*)

3. A estratégia da gradualidade

- Para fazer que se aceite uma medida inaceitável, basta aplicá-la gradualmente, a conta-gotas, por anos consecutivos. Foi dessa maneira que condições socioeconômicas radicalmente novas, neoliberalismo por exemplo, foram impostas durante as décadas de 1980 e 1990. Estratégia também utilizada por Hitler e por vários líderes comunistas. É comumente utilizada pelas grandes meios de comunicação.

4. A estratégia de diferir

- Outra maneira de se fazer aceitar uma decisão impopular é a de apresentá-la como “dolorosa e necessária”, obtendo a aceitação pública, no momento, para uma aplicação futura.
- É mais fácil aceitar um sacrifício futuro do que um sacrifício imediato. Primeiro, porque o esforço não é empregado imediatamente.
- Depois, porque o público, a massa, tem sempre a tendência a esperar ingenuamente que “amanhã tudo irá melhorar” e que o sacrifício exigido poderá ser evitado. Isto dá mais tempo ao público para acostumar-se à ideia da mudança e aceitá-la com resignação quando chegue o momento.

5. Dirigir-se ao público como crianças

- A maioria da publicidade dirigida ao grande público utiliza discurso, argumentos, personagens e entonação particularmente infantis, **muitas vezes próximos à debilidade**, como se o espectador fosse uma criança de pouca idade ou um deficiente mental.
- Quanto mais se tenta enganar ao espectador, mais se tende a adotar um tom infantilizante. **Por quê?** “Se alguém se dirige a uma pessoa como se ela tivesse a idade de 12 anos ou menos, então, em razão da sugestibilidade, ela tenderá, com certa probabilidade, a uma resposta ou reação também desprovida de um sentido crítico como as de uma pessoa de 12 anos ou menos de idade.”

6. Utilizar o aspecto emocional muito mais do que a reflexão

- Fazer uso do **aspecto emocional** é uma técnica clássica para causar um curto circuito na análise racional, e finalmente no sentido crítico dos indivíduos.
- Por outro lado, a utilização do registro emocional permite abrir a porta de acesso ao inconsciente para implantar ou injetar **ideias, desejos, medos e temores, compulsões** ou induzir comportamentos.

7. Manter o público na ignorância e na mediocridade

- Fazer com que o público seja incapaz de compreender as tecnologias e os métodos utilizados para seu controle e sua escravidão.
- “A qualidade da educação dada às classes sociais inferiores deve ser a **mais pobre e medíocre possível**, de forma que a distância da ignorância que paira entre as classes inferiores e as classes sociais superiores seja e permaneça impossível de ser revertida por estas classes mais baixas.

8. Estimular o público a ser complacente com a mediocridade

- Promover ao público a crer que é moda o ato de ser estúpido, vulgar e inculto.

9. Reforçar a auto-culpabilidade

- Fazer com que o indivíduo acredite que somente ele é culpado pela sua **própria desgraça**, por causa da insuficiência de sua inteligência, suas capacidades, ou de seus esforços.
- Assim, no lugar de se rebelar contra o sistema econômico, o indivíduo se auto desvaloriza e se culpa, o que gera um estado depressivo, cujo um dos efeitos é a inibição de sua ação. **E, sem ação, não há questionamento!**

10. Conhecer aos indivíduos melhor do que eles mesmos se conhecem

- No transcurso dos últimos 50 anos, os avanços acelerados da ciência têm gerado uma crescente brecha entre os conhecimentos do público e aqueles possuídos e utilizados pelas elites dominantes.
- Graças à biologia, a neurobiologia a psicologia aplicada, o “sistema” tem desfrutado de um conhecimento avançado sobre a psique do ser humano, tanto em sua forma física como psicologicamente.
- O sistema tem conseguido conhecer melhor o indivíduo comum do que ele conhece a si mesmo. Isto significa que, na maioria dos casos, o sistema exerce um controle maior e um grande poder sobre os indivíduos, maior que o dos indivíduos sobre si mesmos.

- <http://yogui.co/10-estrategias-de-manipulacao-em-massa-utilizadas-diariamente-contra-voce/>
- www.youtube.com/watch?v=xBVUBJXWXWY

Contato

- @fabionasa
- fabionasa@uol.com.br
- 11 998111163
- www.fabionasa.com.br