

EMANUELE FARDELLA

Che **MALE** c'è?

**I giovani e il fascino dell'occulto:
musica, videogames e serie tv**

 **vita**
edizioni

Che male c'è? - I giovani e il fascino dell'occulto: musica, videogames e serie tv
Emanuele Fardella

©2018 Edizioni Vita

Tutti i diritti riservati

Diffusione:
Centro Distribuzione CLC
C.da Vazzano, Complesso Motta
95040 Motta S.Anastasia (CT), Italia
Tel. 095 7131974
info@clcitaly.com

Progetto grafico e impaginazione:
Laura Pileri

Proprietà letteraria riservata:

Senza l'autorizzazione scritta dell'autore è vietata la riproduzione, anche parziale, del presente libro, l'inserimento in circuiti informatici, la trasmissione sotto qualsiasi mezzo elettronico e meccanico, la fotocopiatura, la registrazione e la duplicazione con qualsiasi mezzo. Secondo la "Legge della Stampa" l'eventuale citazione deve fare esplicito riferimento all'autore, al titolo e all'editore.

ISBN 9788898020041

L'editore è a disposizione degli aventi diritto con i quali non gli è stato possibile comunicare, nonchè per eventuali, involontarie omissioni o inesattezze nella citazione delle fonti e/o delle foto.

INDICE

INTRODUZIONE	
Che male c'è a interessarsi dell'occulto?	9
CAPITOLO I	
La persuasione occulta	13
CAPITOLO II	
L'inconscio	15
CAPITOLO III	
Le teorie sulla percezione subliminale	19
CAPITOLO IV	
I linguaggi della persuasione occulta	23
CAPITOLO V	
La musica subliminale	25
CAPITOLO VI	
Il potere della musica	27
CAPITOLO VII	
Le tecniche dei messaggi subliminali audio	31
CAPITOLO VIII	
Come funzionano i messaggi subliminali?	37
CAPITOLO IX	
Musica e occultismo: quale connubio?	41
CAPITOLO X	
L'occultismo ai tempi di internet	45

CAPITOLO XI	
I videogiochi: una pericolosissima trappola?	49
CAPITOLO XII	
Serie Tv e cartoni animati: strumenti educativi o mostri sociali?	59
CAPITOLO XIII	
Dal subliminale all'ostentazione	65
CAPITOLO XIV	
Il fascino dell'occulto	73
CONCLUSIONI	79
APPENDICE	
Cosa dicono gli esperti?	87
Guida ragionata ai dischi tossici	93
BIBLIOGRAFIA	99
SITOGRAFIA	103

INTRODUZIONE

Che male c'è a interessarsi dell'occulto?

Uno dei fenomeni più allarmanti che caratterizzano il mondo degli adolescenti è certamente l'aumento di interesse nei confronti dell'occultismo.

Esemplari in questo senso sono le ultime tendenze della moda giovanile. Sempre più spesso negozi di abbigliamento di grandi firme e non, promuovono uno stile in cui predominano simboli e immagini riconducibili all'esoterismo e al satanismo. Immagini tetre, lugubri che propongono una visione della vita decisamente pessimista. È un tipo di abbigliamento che tende a oscurare i giovani ma, inverosimilmente, piace. Molte di queste t-shirt vanno a ruba.

I giovani vengono attirati da quegli emblemi apparentemente innocui, astratti e senza senso. Molti non conoscono neanche il significato di quei simboli di cui diventano portatori una volta indossati. Ed è così che questa moda sembra aver preso sempre più campo portando a un notevole aumento dei giovani che si dichiarano "affascinati" dall'occultismo e dalla magia nera.

Il fenomeno di questa tendenza nasce da un grande inganno. L'inganno di far credere che l'occultismo sia innocuo, simpatico, affascinante. Una "moda" che non può fare male. E già, il termine "*moda*" viene usato (e abusato) come scusa dietro la quale nascondere tutto il marcio che vi si cela all'interno. Basterebbe aprire il vocabolario per fare alcune riflessioni:

Moda: Aspetto e comportamento di una comunità sociale secondo il gusto particolare del momento.

Ma il "momento" sembra non essere mai passato. Un'insistente propaganda di simboli satanici che va avanti da oltre 50 anni non può di certo essere definita una semplice moda. È in atto un vero e proprio attacco alle tradizioni popolari, agli usi, ai costumi e al Cristianesimo. Il **Dio** dei cristiani è il bersaglio principale altrimenti non si spiegherebbero proprio

quei simboli, quei riferimenti, quelle immagini che riconducono al satanismo.

La simbologia, in questa guerra culturale è essenziale, fondamentale. Ovunque **farfalle monarch** (simbolo del progetto sul controllo mentale), **teschi** e **piramidi** con **occhio onniveggente** (simboli cari alle sette esoteriche), ma anche il **666** (numero biblico dell'anticristo), **pentacoli** e numerose **croci rovesciate** (simboli anticristiani per eccellenza).

Qualcuno vuole spingerci ad accogliere tale simbologia occulta e a farla nostra? A farne tradizione popolare di massa e darne più ampia diffusione possibile, introducendola con invadenza nel nostro quotidiano?

Si tratta di un dato di fatto con il quale non ci si può non confrontare.

Una ricerca nazionale, condotta dal Cesap (Centro Studi Abusi Psicologici), su 3.800 studenti delle scuole superiori, rivela che 1 ragazzo su 2 ha avuto almeno una volta un contatto con la magia, con lettura delle carte o partecipazione a sedute spiritiche.

«Ad alimentare una naturale inclinazione umana e giovanile, verso l'ignoto» spiega Lorita Tinelli, psicologa e presidente del Cesap «anche le mode, che nell'ultimo decennio si sono sempre più orientate verso il gotico e l'oscuro: musica rock, videogiochi, serie televisive, cinema ne avrebbero enfatizzato la fascinazione. L'occulto sembra rappresentare una delle forme di trasgressione più praticate dai giovani. In loro si evidenzia, occorre dirlo, la tendenza che ha comunque accompagnato la storia dell'uomo, da sempre. La fascinazione dell'esoterismo, dell'ignoto fa in qualche modo parte del nostro percorso culturale. Nell'adolescente, sempre a caccia di emozioni e superamento del limite, oggi si traduce in una curiosità quasi morbosa, ma che non in tutti casi, per fortuna, sfocia in situazioni realmente rischiose. L'esigenza di vedere o toccare quello che sfugge all'esperienza empirica, dunque, è tipico dell'adolescente che vive come un equilibrista fra devianza e normalità. Ma i rischi, nella voglia di trasgressione, ci sono e non vanno sottovalutati. La nostra ricerca dimostra che 1 ragazzo su 2 fra i 16 e i 18 anni ha avuto esperienze col mondo dell'occulto, per trasgredire. In qualche caso, questo era avvenuto anche con l'assunzione di sostanze stupefacenti, con la convinzione di poter entrare meglio in 'un'altra dimensione'»¹.

1 Simonetti P., Manipolatori della mente: sempre più giovani attratti dall'occulto, in "nannimagazine.it", 30 aprile 2009

Le cause e le motivazioni del fenomeno emerse da questo studio sono da ricercare nell'individualismo, nella delusione nei confronti della Chiesa Cattolica, nel consumismo, ma anche nell'edonismo e nel materialismo, accostati all'inadeguatezza sociale, all'insicurezza, alla bassa autostima, al masochismo e alla solitudine. Elementi che obbligano famiglia, scuola e istituzioni direttamente legate ai giovani ad interrogarsi su come agire per una tempestiva ed efficace prevenzione.

Un articolo della rivista *U.S. News & World Report* osserva che *“i bambini e gli adolescenti oggi hanno libero accesso a una sorprendente e spesso preoccupante quantità di immagini e informazioni impensabile solo vent'anni fa. Spinti dalla curiosità, molti di loro leggono libri e riviste, guardano film o visitano siti internet sull'occulto”*.

Secondo *BBC News Online*, popolari programmi televisivi che hanno per protagonisti streghe e vampiri “incoraggerebbero i bambini a interessarsi di stregoneria”. In modo simile, gli argomenti di certa musica sono la violenza e il demonismo. Così come di alcuni videogames o serie televisive.

Ma davvero una canzone, un videogioco o un film può indurre a un comportamento distruttivo?

Ciò che cercherò di fare nei prossimi capitoli è quello di indagare la funzione emotiva, comunicativa e persuasiva dei nuovi mezzi di intrattenimento, che ad oggi invadono ogni spazio e si diffondono sempre di più grazie all'utilizzo di nuove tecnologie.

Ma come qualsiasi strumento mediatico efficace, i mezzi di svago se non correttamente utilizzati, possono presentare degli effetti negativi e deleteri non solo per la nostra psiche ma anche per la nostra anima.

Spesso negli ultimi anni i mezzi di comunicazione hanno dato notizia dei rapporti tra occultismo e musica moderna. Si è parlato di dischi che spingono alla violenza, al suicidio, all'uso di droga, all'adorazione del diavolo. Ma anche di videogames quali strumenti iniziatici che permettono l'ingresso indolore nel mondo delle tenebre. O di serie televisive diseducative e pericolose per menti troppo giovani e fragili.

Ma qual è la reale dimensione di questo fenomeno? La musica ha davvero un potere di tale portata? Un videogioco può realmente trasfor-

marsi in un'arma di persuasione occulta? Un telefilm può indurre a compiere azioni sconsiderate?

La questione dev'essere affrontata con grande equilibrio.

Ciò che vi propongo è il risultato di una lunga e faticosa ricerca nel campo dei nuovi media. È dalla passione per la musica, la comunicazione e tutto ciò che c'è di misterioso che nasce la presente indagine.

Per anni ho svolto il mestiere del deejay in diversi villaggi turistici e locali notturni della movida palermitana. Fu in quella fase della mia vita che venni a conoscenza del fenomeno dei messaggi subliminali, camuffati in buona parte della musica che proponevo agli adolescenti. Inizialmente rimasi sbalordito e anche un po' scettico. In seguito, presi coscienza del fenomeno e iniziai a esplorare i meandri oscuri della musica nella cultura moderna.

Da allora sono trascorsi quattordici anni, nel corso dei quali mi sono laureato in Comunicazione, Media e Pubblicità e ho pubblicato due saggi d'inchiesta e un romanzo: *Il lato occulto della musica* (Edizioni CLC, 2010), *Oltre la musica. Simboli e messaggi subliminali* (Edizioni Vita, 2013) e *Insider. Dentro la Setta* (Edizioni Leima, 2016).

Non intendo condannare l'intera arte dell'industria dell'intrattenimento, né sostenere a spada tratta l'assoluta estraneità dei mezzi di comunicazione al mondo tenebroso dell'occultismo. Lo scopo ultimo di questo lavoro è di apportare nuovi elementi che permettano di vederci più chiaro in questa complicata vicenda.

Il lavoro sarà diviso in due parti.

Nella prima affronterò il tema della persuasione occulta per poter fornire una quanto più vasta panoramica sul suo concetto, per poi ripercorrere le più importanti teorie sulla percezione del subliminale.

La seconda parte costituisce il vero nucleo dell'intero lavoro andando ad analizzare il processo di persuasione occulta nell'era moderna: dalla musica subliminale all'indottrinamento dei videogames fino alle insidie delle serie televisive.

A seguito delle conclusioni, un'intervista, condotta da me personalmente, a due esperti del settore e una guida ragionata ai dischi "tossici".

PRIMA PARTE

CAPITOLO I

La persuasione occulta

Il tema della persuasione occulta ha avuto un forte impatto sull'immaginario collettivo ed è stata materia altamente dibattuta sin dalla sua comparsa, ma ancora oggi la scienza ufficiale non è giunta a una conclusione definitiva. Sul piano scientifico sono stati condotti numerosi esperimenti che sicuramente hanno contribuito a circoscrivere e delineare i confini del fenomeno ma, come spesso accade, il dibattito resta ancora aperto.

Cos'è la persuasione occulta?

Per definire la **persuasione occulta** o **subliminale** è necessario partire dal concetto di **persuasione**.

Persuadere significa ottenere un cambiamento. Un cambiamento nelle scelte, nelle convinzioni, nei modi di agire che può avvenire soltanto attraverso lo scambio di idee, di credenze, di opinioni. La persuasione, infatti, a differenza di altre tecniche di convincimento, utilizza soltanto le parole o il linguaggio del corpo.

Nell'ambito della ricerca sperimentale gli studiosi **Petty** e **Cacioppo** hanno elaborato il **modello della probabilità di elaborazione** (1986) che considera la persuasione come un processo intenzionale che ha l'obiettivo di cambiare atteggiamenti o comportamenti di un individuo, senza usare la forza o l'inganno ma semplicemente attraverso l'elaborazione del messaggio.

Ciò può avvenire seguendo due diversi percorsi:

- **via centrale:** quando il ricevente è motivato ad ascoltare il messaggio e ha la capacità di elaborarlo. È attento al suo contenuto e cambierà atteggiamento solo se le argomentazioni sono forti e convincenti.
- **via periferica:** quando il ricevente presta scarsa attenzione al messaggio e ne coglie solo il senso generale senza approfondirne il contenuto. Accetta le conclusioni del messaggio e modifica il proprio atteggiamento

secondo le indicazioni.

Questo modello afferma, quindi, che un messaggio può definirsi persuasivo anche quando i suoi contenuti non sono afferrati del tutto.

Il processo di persuasione però, implica sempre un atto di scelta, un esercizio di libera volontà, provocando un cambiamento dell'opinione altrui solo per mezzo di un trasferimento di idee, un passaggio di puri contenuti mentali.

La **persuasione subliminale** è invece il lato oscuro della persuasione, l'altra faccia della stessa medaglia. È l'atto del persuadere che cerca di raggiungere il proprio scopo agendo, mediante stimoli subliminali, sul subconscio del ricevente.

Il termine **subliminale** deriva dal latino *sub limen*, che letteralmente vuol dire “*sotto la soglia*”. Con tale espressione, quindi, indichiamo un tentativo di condizionamento nel momento in cui non è avvertibile in maniera cosciente, bensì solo al livello del nostro inconscio.

Gli studiosi **Pratkanis** e **Anderson** hanno definito la persuasione subliminale come una *forza potente* che può essere impiegata per farci compiere azioni strane senza alcuna ragione apparente².

Questa metodologia persuasiva agisce in maniera subdola, passa attraverso i cosiddetti *canali subliminali* che agiscono sotto la soglia percettiva della coscienza e funziona solo se il messaggio da trasmettere è occultato. Arriva dritto all'inconscio senza subire il filtro della coscienza, senza cioè, il nostro controllo consapevole³.

In poche parole, la persuasione occulta utilizza la forza e l'inganno per accedere al nostro inconscio, alla chiave delle nostre scelte di vita.

A differenza della persuasione che implica necessariamente una forma di adesione profonda del ricevente, la persuasione subliminale utilizza, oltre al linguaggio parlato, stimoli sensoriali – visivi e uditivi – non avvertibili in maniera cosciente perché troppo deboli, troppo confusi o troppo rapidi, ma comunque percepibili dall'inconscio del ricevente. Spesso e volentieri tale “arma” persuasiva viene utilizzata per fini non propriamente nobili.

2 Pratkanis R.A., Anderson E., *Psicologia delle comunicazioni di massa, usi e abusi della persuasione*, il Mulino, Bologna 1996

3 Pavone G., *Persuasione strategica*, Bruno Editore, Roma 2013