

IL PROGETTO DI UN'ETERNA HALLOWEEN

LA PUBBLICITA' IN PRIMA LINEA PER FONDARE IL REGNO DEL MALE



La presenza e l'azione di una cospirazione segreta, quella che oggi condiziona tutti i poteri, trovano nella pubblicità il loro momento propagandistico più potente e devastante, ma anche lo specchio, la prova della loro esistenza.

Il potere politico, economico, il campo dell'informazione, il settore dell'intrattenimento, il settore culturale, la dirigenza delle religioni, delle banche ecc: tutto è nelle mani dell'élite satanica che dirige il mondo. Oggi assistiamo sbalorditi all'occupazione meticolosa di ogni spazio, di ogni sezione della società.

Questo video di Alfa Romeo del 2015 che pubblicizza un nuovo modello di automobile¹, ha qualcosa in più, o comunque è molto importante, perché vi compaiono dei simboli in modo talmente esplicito da lasciare stupefatti.

Tutto il video è significativo dal punto di vista del contenuto satanico, ma l'acme si raggiunge quando un faro dell'auto da reclamizzare, diviene un occhio (l'occhio onniveggente, simbolo fondamentale degli *Illuminati*) dal quale si genera una farfalla nera. Questa sequenza avviene tra 0:17 e 0:19 del

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=Pv6rY1RUcak&app=desktop>

video, ed in effetti dura meno di due secondi: come al solito, gli stregoni che preparano queste trappole sataniche, fanno apparire per un tempo brevissimo i simboli più potenti, quelli programmati per nuocere e ottenere effetti magici sulle persone.

Nell'insieme il video dura in tutto solo 30 secondi: ma noi sappiamo che questa sorta di *tachiscopia* pur non rilevata a livello cognitivo, lo è invece a livello inconscio, dove lascia un sedimento capace di generare effetti anche a lungo termine, emergendo alla coscienza.

In questi 30 secondi il video riesce perfettamente ad alternare e a coniugare le immagini di potenza che dovrebbero scaturire dall'automobile, con spaventose immagini infernali, in modo tale che la potenza (meccanica) sembri scaturire dal demonio e dall'inferno: il consumatore a livello subliminale sarà così convinto che il diavolo è *suo amico* essendo l'unica fonte possibile della sua soddisfazione nel sesso, e per estensione nella vita o tanto più alla guida di un'auto.

Approfondiamo allora il simbolo della farfalla, che merita una spiegazione, essendo profondamente correlato con l'azione occulta degli *Illuminati*. Come detto in precedenza, in questo video esso scaturisce dall'*occhio*.

Il brano seguente che ho tradotto per l'occasione è tratto da un sito statunitense (<http://www.Illuminatirex.com/Illuminati-symbols/>), e fa riferimento a Fritz Springmeier, lo studioso americano che ha diffuso importanti rivelazioni sugli *Illuminati* e sulla cospirazione finanziario-satanica che governa il mondo (altri nomi di questa linea di ricerca sono John Todd, William Cooper oltre che il notissimo David Icke):

«Tradizionalmente la farfalla rappresenta una metamorfosi o un importante cambiamento. Ma alcuni studiosi della teoria della cospirazione attribuiscono in realtà a questo insetto delle qualità molto più malefiche, in particolare alla farfalla del programma *Monarch*.

In relazione agli *Illuminati*, il controllo mentale *Monarch* (*Monarch Mind Control*) è un presunto progetto segreto rivelato dallo studioso degli *Illuminati* Fritz Springmeier. Secondo Fritz ed altri ricercatori, il progetto MK-Ultra (*Monarch*) non si è mai interrotto ed attraverso le testimonianze delle vittime Fritz è stato in grado di fare luce su alcune parti di questo programma segreto.

In origine soltanto i membri delle 13 dinastie degli *Illuminati* di cui parla Fritz Springmeier erano in grado di resistere al trauma necessario alla

frammentazione della mente, che è il primo passaggio del progetto stesso; ma grazie ai progressi scientifici ottenuti dai Nazisti, gli *Illuminati* poterono creare 2 milioni di schiavi mentali solo in America!

L'uso di farfalle sul palcoscenico di uno spettacolo, o il loro inserimento nella grafica di un disco può indicare esposizione alla programmazione mentale *Monarch*, il più delle volte l'immagine proposta è quella di una ninfetta seducente [vedi ad es Miley Cyrus]. Gatti, gattine, pavimenti a scacchi, porte, finestre, arcobaleni, scenari rossi e zebre possono anche venir usati per innescare la programmazione mentale.

Per Springmeir il Satanismo è una definizione molto ampia che di fatto include tutto ciò che egli non considera Cristiano: gruppi satanici sono da considerarsi per lui: la Chiesa Cattolica, la Massoneria, gli Scientologi, i Testimoni di Geova, la Chiesa Episcopale (gli Anglicani d'America), la Chiesa Unitariana (Yale, Harvard), il Mormonismo, la Cabala, i Rosacroce, il Nazismo, il Socialismo, il Comunismo, il Sionismo, la Finanza Ebraica, il movimento *New Age*, l'Alchimia, lo Gnosticismo, le Agenzie di Intelligence, l'Esercito della Salvezza, i film di Walt Disney, e le Nazioni Unite.»

La farfalla ha insita la caratteristica della metamorfosi ed è una sorta di metafora del trattamento di programmazione mentale *Monarch*: l'insetto infatti nasce con le sembianze di un verme il quale, dopo una fase di vita avvolto nel bozzolo (il trattamento), si trasforma in una splendida farfalla. Ma un'altra caratteristica delle farfalle monarca, simbolicamente adatta agli intenti degli *Illuminati*, è il fatto di mantenere la memoria del luogo in cui sono nate, e di trasferirla in via genetica ai loro successori: infatti la lunga migrazione annuale (5000 chilometri, dal Canada al Messico!) non sarà compiuta dagli stessi individui che la iniziarono, in quanto la migrazione impegna la vita di tre o quattro generazioni: la migrazione cioè viene conclusa dai pronipoti di quelli che la iniziarono, da individui cioè a cui è stata geneticamente trasmessa la memoria dei luoghi.

Dunque la farfalla monarca è il simbolo ed il nome (*Monarch*) di un "trattamento" che verrebbe praticato al fine di creare degli schiavi, scelti per caratteristiche genetiche, da inserire in contesti chiave, pronti ad effettuare qualunque operazione gli venga comandata (tipo i soggetti psicolabili che negli USA e non solo, all'improvviso commettono stragi, nei cinema, nelle scuole ecc).

Il trattamento consisterebbe (secondo quanto riporta anche la psicologa clinica Ellen Lacter) nell'indurre una dissociazione mentale attraverso varie tecniche, che vanno dall'abuso sistematico, all'elettroshock a terrificanti rituali satanici: vediamone in sintesi i più raccapriccianti: tortura e abuso sessuale; imprigionamento in scatole, bare, gabbie con un foro che consente la respirazione; contenzione con corde, catene ecc; esperienza indotta di quasi annegamento; procurare sensazioni di caldo o freddo estremi; rotazione a trottola; elettroshock; luce accecante; ingestione forzata di materie chimiche o disgustose; esser sospesi in posizioni dolorose; esperienza di fame e sete; privazione del sonno; compressione con pesi o altri strumenti; uso di droghe per endovena per indurre confusione e amnesia; ingestione di sostanze chimiche per indurre dolore, malattie ecc; uso di serpenti, topi, vermi ed altri animali per provocare disgusto e paura; esperienze di quasi morte attraverso asfissia con immediata rianimazione; coercizione a praticare o ad assistere ad abusi, torture, o sacrifici di persone e animali; abuso sessuale per realizzare una gravidanza: se si fa seguire un aborto: il feto viene utilizzato in rituali, altrimenti il bambino viene reso schiavo o sacrificato; abuso spirituale per indurre la vittima a sentirsi posseduta, tormentata, o guidata da spiriti o demoni; dissacrazione delle credenze e devozioni cristiane; consacrazione a Satana o ad altri dei; abuso ed illusione per convincere le vittime che Dio è malvagio, come ad esempio convincendo un bambina che Dio ha abusato di lei; chirurgia usata come tortura; minacce o rischi annunciati per la famiglia, gli amici, le persone care, o gli animali per ottenere completa obbedienza; uso dell'illusione o della realtà virtuale per confondere e creare rivelazioni non credibili.

Una volta che si sia realizzata una spaccatura nella personalità di base, si fa spazio nella mente della vittima in modo tale da poter inserire delle nuove personalità: a questo scopo si utilizzano strumenti quali la musica, film (specialmente le produzioni Disney) e favole. Tutti questi mezzi visivi ed auditivi potenziano il processo di programmazione mentale con l'uso di immagini, simboli, significati e concetti. Questi doppi (*alters*) interni alla mente dello schiavo, possono essere raggiunti ed attivati con l'uso di parole chiave (*trigger words*) o simboli che il "programmatore-aguzzino" inserisce nella mente della vittima.

Le immagini più comuni visualizzate da questi schiavi-mentali sono: l'albero cabalistico della vita (vedi quello gigantesco allestito all'*Expo* satanico di Milano), il segno ad 8 dell'infinito (cappio, spesso usato nelle pubblicità),

lettere e simboli antichi, tele di ragno, specchi, vetri che si rompono, maschere, castelli, labirinti, demoni, farfalle, clessidre, orologi e robot. Questi simboli sono comunemente inseriti nella comunicazione sociale (pubblicità, film, video musicali ecc) con due finalità: la prima è quella di desensibilizzare la maggioranza delle persone attraverso l'uso di immagini subliminali e di programmazione neuro-linguistica, la seconda è quella di costruire deliberatamente speciali attivatori e chiavi per una programmazione di base per bambini molto impressionabili, predisposti alla programmazione mentale *Monarch*.

Ma soffermiamoci ancora su questi doppi (*alters*) che sono il fine ultimo della programmazione mentale *Monarch*: ebbene questi spezzoni di personalità non si conoscono tra loro, e possono di volta in volta impadronirsi del corpo della vittima e dirigerlo. I "muri di amnesia" (*amnesia walls*) costruiti dai traumi, creano uno scudo di segretezza che da un lato protegge gli aguzzini che non potranno mai essere scoperti, e dall'altro impedisce alle personalità fondamentali, quelle che dirigono il corpo per la maggior parte del tempo e che sono ridotte anch'esse al rango di doppi, di sapere di ospitare gli *alters* nella loro mente. Questo stesso muro di amnesia grazie al quale le vittime sono del tutto inconsapevoli del segreto nascosto nella loro mente, consente loro di vivere e lavorare insieme agli altri senza essere scoperti. Gli *alters* primari, le personalità che sono usate in modo primario, possono essere dei buoni Cristiani, mentre gli *alters* più profondamente seppelliti all'interno, possono essere i peggiori mostri satanici immaginabili.

Ogni trauma ed ogni tortura a cui sono sottoposte le vittime da programmare ha un suo scopo e tutto viene eseguito fino al punto di massima resistenza, tenendo conto del peso della vittima e della sua età: insomma la vittima deve sopravvivere al trattamento!

La breve esposizione che precede ci serve per riconsiderare in modo totalmente nuovo il senso, la vera finalità ed i rischi della pubblicità. Intanto uno degli assiomi di base dal quale dobbiamo partire è che la pubblicità è costruita per ottenere una serie di effetti sull'osservatore impreparato e non protetto, e che quello dell'acquisto del prodotto è solo una delle sue finalità e neanche la più importante. Indurre l'utente televisivo massificato all'acquisto anzi direi che è un effetto secondario. Ebbene io credo che l'effetto più importante che si vuole raggiungere attraverso la pubblicità sia quello di fare entrare in contatto le persone, gli "spettatori", la massa dei teleudenti con il

male. I demoni attraverso la televisione entrano nelle case della gente, invadono il loro spazio e la loro psiche, e da lì nel tempo, penetrano anche nelle loro anime. Il vero fine della pubblicità e dell'apparecchio televisivo in generale è quello di costituire una sorta di *hell-gate*, di passaggio che unisca la terra all'inferno: la televisione apre le porte a Satana.

Voglio citare a tal proposito una celebre frase di Anton Lavey *fondatore (sic!)* della cosiddetta "Chiesa di Satana" ed autore della Bibbia Satanica:

«L'apparecchio televisivo, ovvero l'altare satanico familiare, si è sviluppato dagli Anni '50, da piccolo schermo confuso fino alle enormi apparecchiature dell'intrattenimento che oggi occupano intere pareti con molti monitor TV. Quello che all'inizio doveva essere un innocente diversivo dalla vita di tutti i giorni, è diventato per milioni un sostitutivo della vita vera: una fondamentale religione delle masse.» (A. Lavey: *The Devil's Notebook*, pag 86)

Chi meglio di questo bieco personaggio, a cui non mancava l'intelligenza, poteva sapere che la TV forniva un'enorme potenzialità per il satanismo? senza contare l'ambiguo attuale utilizzo del computer (un *monitor* anch'esso) che è diventato, nell'uso da parte della massa, un raggio infernale allucinatorio che sostituisce la vita vera spostandoti *magicamente* in una dimensione non bene identificata.

Tornando al video che abbiamo voluto approfondire, osserviamo che le immagini che riguardano specificamente l'automobile da reclamizzare sono in verità solo parte del tessuto visivo generale: l'altra parte, il corredo che accompagna le immagini dell'automobile è costituito da immagini che potrei definire semplicemente *infernali*.

A parte infatti l'apparizione abbastanza spaventosa dell'occhio onniveggente dal quale, come abbiamo già visto, si forma e fuoriesce una *farfalla monarca nera*, simbolo di tutto quello di cui ci siamo già occupati, troviamo altre immagini che si alternano a quelle dell'auto in movimento. Ebbene esse potrebbero essere usate come illustrazioni dell'Inferno di Dante, e davvero non si capirebbe, in un'ottica *laica e scientifica*, che senso ci sarebbe ad usare l'inferno per farti amare un'automobile!

Ci sono delle forme galleggianti rosse, come magma incandescente, che rotolano come una valanga di fuoco; ci sono formazioni misteriose come di cristallo che vanno in pezzi; c'è un viso (appena visibile) perduto nel magma

di fuoco; c'è una figura nuda di donna con le braccia alzate il cui corpo diventa parte della forma di un immenso uccello rosso o falena; c'è una donna immersa in un lago di sangue rosso che vira verso il viola (come un po' tutto) ci si chiede perché tutti questi orrori dovrebbero stimolare all'acquisto di una nuova Alfa Romeo?

In realtà queste potenti stimolazioni visive servono a sconvolgere l'equilibrio dell'osservatore, desensibilizzandolo al rifiuto dell'orrido e riprogrammandolo all'attrazione di esso, spostandolo istantaneamente in un luogo che conosce perché tutti, sprofondata nell'inconscio, hanno una reminiscenza dell'inferno. Questo punto è molto importante: in questo tipo di immagini pubblicitarie, non ti viene presentato ciò che non conosci, ma ciò che nel *passato* hai già conosciuto, ciò che è sedimentato in te:

«ecce enim in iniquitatibus conceptus sum et in peccatis concepit me mater mea» (Sal 50,7)

Questo verso dal Salmo 50 sembra richiamare la nostra attenzione sulla condizione che l'uomo vive a causa del peccato originale, che rappresenta l'esatto *rovescio* della *buona novella* per la quale Gesù è il Salvatore :

«i progenitori incorsero nella morte e nella schiavitù del diavolo» (de fide D.788)

così il Catechismo della Chiesa Cattolica descrive le conseguenze del peccato originale:

«400 L'armonia nella quale essi erano posti [Adamo ed Eva] grazie alla giustizia originale, è distrutta; la padronanza delle facoltà spirituali dell'anima sul corpo è infranta; l'unione dell'uomo e della donna è sottoposta a tensioni; i loro rapporti saranno segnati dalla concupiscenza e dalla tendenza all'asservimento. L'armonia con la creazione è spezzata: la creazione visibile è diventata aliena e ostile all'uomo. A causa dell'uomo, la creazione è soggetta alla schiavitù della corruzione. Infine, la conseguenza esplicitamente annunciata nell'ipotesi della disobbedienza si realizzerà: l'uomo tornerà in polvere, quella polvere dalla quale è stato tratto. La morte entra nella storia dell'umanità. »

La stimolazione visiva dei video pubblicitari è finalizzata a far percorrere al soggetto una via all'indietro che lo porti ad annullare gli effetti del battesimo ed a farlo aderire con una scelta più o meno volontaria, ad un patto con il diavolo: la finalità di questa pubblicità è di proporre al soggetto l'antica via satanica dell'orgoglio chiaramente espressa ancora nel Catechismo della Chiesa Cattolica, sempre a proposito del *peccato originale*:

398 Con questo peccato, l'uomo ha preferito se stesso a Dio, e, perciò, ha disprezzato Dio: ha fatto la scelta di se stesso contro Dio, contro le esigenze della propria condizione di creatura e conseguentemente contro il suo proprio bene. Costituito in uno stato di santità, l'uomo era destinato ad essere pienamente « divinizzato » da Dio nella gloria. Sedotto dal diavolo, ha voluto diventare « come Dio » (Gn 3,5), ma « senza Dio e antepoendosi a Dio, non secondo Dio ».

399 La Scrittura mostra le conseguenze drammatiche di questa prima disobbedienza. Adamo ed Eva perdono immediatamente la grazia della santità originale. Hanno paura di quel Dio di cui si sono fatti una falsa immagine, quella cioè di un Dio geloso delle proprie prerogative.

I temi classici del satanismo, il rifiuto di Dio al quale il soggetto preferisce sé stesso, e la cognizione di un Dio malvagio, sono perfettamente espressi: nel viaggio all'indietro a prima della conversione, a prima del battesimo ti imbatti però nell'orrore, nella realtà e nella parvenza attraverso i quali ciò a cui sei andato (il diavolo) *inevitabilmente* si manifesta. E' orrida l'immagine con la quale si presenta il diavolo: i suoi scenari apocalittici fanno paura, tristi e inquietanti le sue seduzioni, una bellezza sinistra verte all'orrore, il rosa diventa viola, l'azzurro e il verde sono putrescenti, l'immagine dell'uomo inevitabilmente esprime disperazione, compiacimento e distruzione: questo è il regno del male.

Ma quali sono i primi segnali nelle vittime, che avvertono che la generalizzata propaganda anticristica sta iniziando a produrre i suoi effetti, destinati a condurle rapidamente al satanismo? Sicuramente all'inizio appare in questi soggetti, gradualmente, un nuovo ed inusitato concetto di sé stessi, un orgoglio, un desiderio di differenziarsi, di rompere schemi, di rifondare la vita sulla ribellione; da qui nel tempo, da una sorta di attrazione per il misterioso, e per l'abietto, si può arrivare all'esaltazione della morte, del nero, dell'orrido:

questa è la strada che dai cosiddetti "diritti civili" porta in verità alla sovversione della natura, ed al rifiuto di Cristo.

Vediamo in effetti come l'omosessualismo (estremismo omosessuale politico e "filosofico") spinga oggi verso un sovvertimento totale e disgustoso della natura (teoria *gender*); vediamo la diffusione di alcuni segni inequivocabili quali piercing, tatuaggi di decorazioni e ghirigori appuntiti, spinosi, minacciosi o geroglifici di lingue esotiche; vediamo come in altri si faccia strada una predilezione irresistibile per immagini misteriose, orride, con donne-streghe fatali o vampire in boschi solitari, circondate da lupi, serpi, esseri fiabeschi, fuochi rituali, alberi spogli, contorti, inusuali; orridi strapiombi o fiori dai colori innaturali, come si fosse sotto l'effetto di qualche droga... quello che normalmente ispirerebbe paura, rifiuto, disgusto, quello che le antiche generazioni avrebbero allontanato con il sale, la preghiera, l'aglio o la benedizione di un prete, ora diventa allettante, attraente: il *bene* diventa *male*, il *male* diventa *bene*.... l'intero mondo si trasforma in un'eterna Halloween!













