



Des humains téléguidés ?

Dans le numéro 139, nous disions que les publicitaires cherchent à séduire... comment font-ils ? demande Victor, qui aimerait bien s'en protéger...

Pour séduire, ils font en sorte que leurs pubs soient d'abord vues ou entendues par le plus possible de personnes visées (en utilisant la télé, les journaux, etc.) Ensuite, il faut que dans le cerveau des ces personnes, le plaisir et l'envie l'emportent.

Aujourd'hui, pour y parvenir, les publicitaires travaillent avec des panels, c'est-à-dire des groupes de gens choisis pour représenter au mieux la population visée (les enfants, par exemple). Ils testent auprès d'eux les images, sons ou odeurs qui plaisent le plus. Ils créent ainsi des publicités qui activeront la zone du cerveau associée au plaisir.

Ca veut dire que la publicité agit sur notre cerveau sans qu'on fasse attention ? J'ai du mal à le croire... dit Victor.

C'est dur à admettre en effet, mais c'est ce que montrent les dernières avancées scientifiques. Et ce n'est pas un hasard si elles intéressent à ce

point les publicitaires : les voilà qui parlent de **neuromarketing**.

Cette méthode utilise une technologie qui s'appelle l'**IRM** (Imagerie à résonance magnétique). Un appareil "balaye" le cerveau avec un rayon invisible, un peu comme un scanner médical. Ce rayon détecte l'activité du cerveau. Ensuite, sur un écran, on peut voir les zones qui changent de couleurs : ce sont les zones qui travaillent. Dans l'expérience, on montre des images aux personnes testées. Or les chercheurs savent quelles parties du cerveau sont le siège du plaisir. Si une image vue par la personne fait réagir la bonne zone, c'est gagné ! On sait avec certitude que l'image est séduisante puisque c'est la zone de plaisir qui réagit ! Il suffit alors de reproduire l'expérience sur un panel. Et, comme avant, on retient ce qui plaît au plus grand nombre. C'est un gain en efficacité.

Rassure-toi Victor, cette technologie coûte très cher, et est encore très peu développée... Mais les publicitaires savent très bien s'en passer pour te séduire à chaque occasion !

Victor et Java

Source : Cerveau et Psycho n°9.

Solution du jeu du numéro 146 : d'après la vue aérienne, le bateau coupable est rouge et rose, avec une cabine blanche à une seule fenêtre. Il a un seul rail au milieu... c'est sûrement le n°14 !





Les sirènes de la publicité

Les sirènes sont un un peu comme la publicité : elles essaient de charmer les marins pour les attirer et les piéger sur les récifs. On dit que leurs chants attirent les hommes.

En remettant les étiquettes dans le bon ordre, tu trouveras la formule magique qui permettra au marin de faire déchanter la sirène et déjouer son mauvais tour.



Wiko



Un semblant d'aide aux pays pauvres

Stéphanie nous a questionnés cet été sur l'aide des pays riches aux pays pauvres. Broc, je crois que tu as quelques documents là-dessus...

Oui Victor, voici quelques informations qui complètent nos précédents articles*. En 1992 à Rio, les pays riches ont accepté de donner une toute petite partie des richesses qu'ils produisent pour aider au financement des ONG** (comme Médecins du Monde, Handicap International, etc.) qui agissent dans les pays pauvres. Mais en fait, ils donnent en moyenne trois fois moins que prévu... et de moins en moins chaque année ! Seuls les pays scandinaves (Europe du Nord) font un peu plus d'efforts.

Des banques internationales ont prêté de l'argent aux pays pauvres et leur demandent de rembourser des intérêts énormes ! Certains pays n'ont pas fini

de payer, même si le remboursement du prêt est déjà arrivé à 5 fois le montant de départ ! L'argent investi sur place a aussi servi à fournir des contrats à des entreprises des pays riches, pour exploiter la terre ou construire des routes, des bâtiments, des réseaux... Au bout du compte, on peut se demander qui aide qui ?

Mais il y a aussi des associations qui aident les gens, sur place, à construire ce dont ils ont besoin et à devenir le plus autonomes possible. Ces associations sont à l'honneur pendant **La semaine de la solidarité internationale** qui se déroule en ce moment. Un peu partout en France, des forums d'information sont organisés. Pour en savoir plus : www.lasemaine.org et aussi dans un prochain numéro du journal !

Victor et Broc

* Tu peux par exemple relire ces 3 articles de Benoît : Aider, oui, mais qui, comment et pourquoi ? (n° 47) - Tous les pays à l'école de la solidarité (n°53) - Et maintenant, on attend quoi pour agir ? (n°61).

** Les ONG (Organisations non gouvernementales) sont des structures (en France, souvent des associations) non liées à un gouvernement. Elles travaillent à l'échelle internationale, en général dans le domaine de la solidarité, des Droits de l'Homme ou de l'environnement.

Sources : Atlas du développement durable - Autrement 2002, Bilan du Monde - Le Monde 2004.

Merci à Stéphanie pour sa question. Si toi aussi tu souhaites écrire à Victor, clique sur Victor. Pour lire, relire ou imprimer les précédents numéros, tu peux te rendre dans le kiosque à archives, sur le site www.recre-action.net.

illustrations : Wiko – maquette : Vanessa – imprimable : Broc -

A bientôt !