

La pub manipule nos enfants

"T'emballe pas pour rien": l'un des slogans mis au point par les enfants pour lutter contre les déchets

« Quand on a regardé la publicité pour Coca Cola, on n'a rien remarqué au départ, mais après on l'a vu au ralenti et c'est seulement là qu'on a remarqué que tout le monde était habillé en rouge et blanc, qu'il y avait des camions et des distributeurs de la marque dans le décor. Tout est calculé. » Voilà probablement ce qui a le plus marqué Jeanne, qui est en sixième primaire à l'Assomption.

Durant toute l'année scolaire, des enfants de cinquième et sixième primaires de quatre écoles différentes ont participé à un projet pilote destiné à développer leur sens critique par rapport à la publicité.

Mais c'est aussi le développement durable qui a ici été abordé, notre chère société de

consommation crée des déchets à tout bout de champ et les enfants n'en sont pas toujours conscients.

"Ce matin, en faisant mes tartines, j'allais les mettre dans un plastique et puis j'ai réfléchi et je me suis dit que ça ne servait à rien, alors je les ai mises dans ma boîte à tartines". c'est par des gestes simples qu'on change les habitudes et Alessandra, du collège Saint-Hubert, l'a bien compris.

Décoder les messages

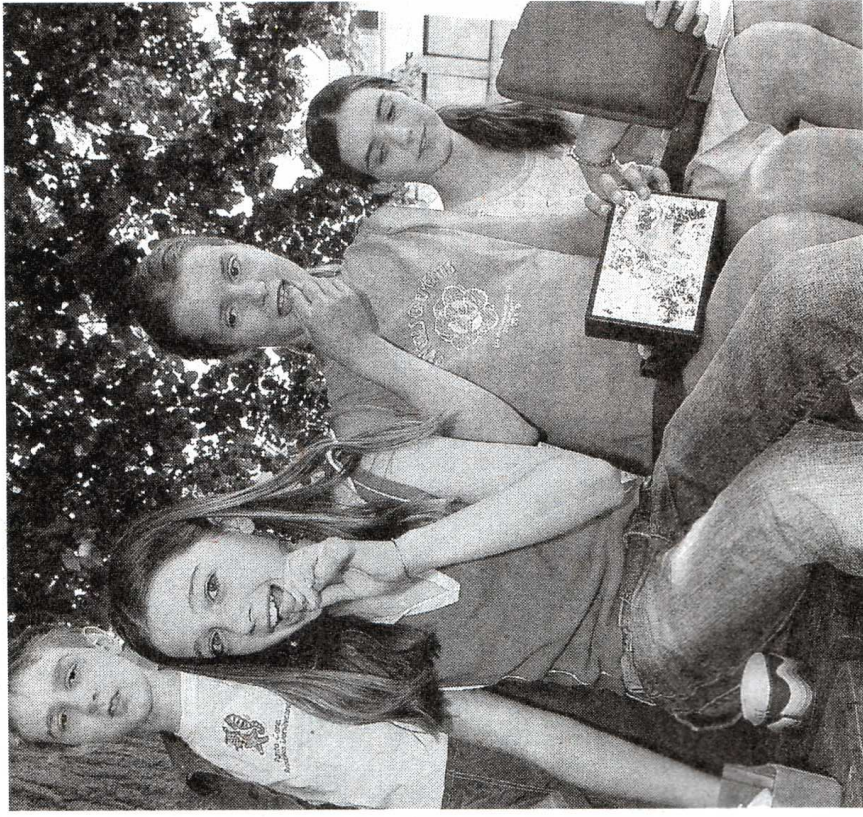
Les enfants ont commencé par apprendre à regarder une publicité et à en décoder les mécanismes (couleurs, termes utilisés, références à des situations heureuses...), ensuite, ils ont tous écrit de scénarios de publicité dont certains ont été sélectionnés pour être tournés.

Ces réclames étaient destinées à promouvoir l'eau du robinet et la gestion des déchets, mais aussi, bien sûr, à sensibiliser les jeunes à ne plus se laisser envahir par la publicité. Tout, du scéna-

rio à la réalisation et au jeu d'acteurs, a été créé par les enfants. C'est dans le cadre du Plan régional bruxellois de la gestion et de la prévention des déchets de l'InBGE (Institut bruxellois pour la gestion de l'environnement) que cette opération a été menée. Les quatre écoles participantes ont été regroupées pour l'occasion dans une volonté de mélanger des quartiers différents tout en restant dans un espace géographique relativement restreint; c'est ainsi que l'on retrouve l'école communale Georges Primo de Schaerbeek, l'institut de l'Assomption de Watermael-Boitsfort, le collège Saint-Hubert d'Auderghem et l'école communale de Stockel de Woluwe-Saint-Pierre.

Durant toute l'année, les quatre classes ont évolué au rythme de ce projet, au point que l'expérience écrite tournait souvent autour des résumés et des scénarios élaborés pour les publicités.

ÉMILIE HAQUIN



Être un consommateur responsable, ça s'apprend tôt. ■ L.LANGE