

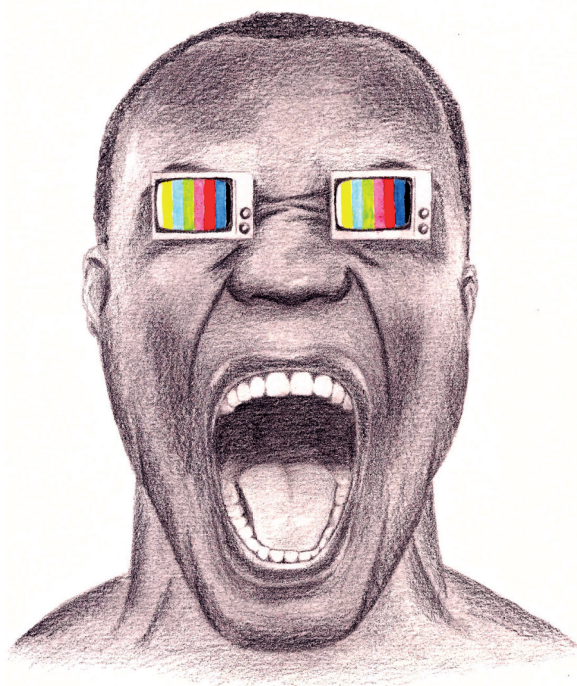
Neuromarketing: controle mental?

A gente sempre escuta que a ciência está em todo lugar, mas você sabia que ela pode estar até nas propagandas de TV e embalagens de produtos? Pois é, no âmbito do neuromarketing, os estudos científicos são muito importantes para o resultado final da venda.

O neuromarketing é um campo de estudos muito novo, que surge da união da neurociência e da mercadologia, o famoso marketing. As pesquisas dessa área tentam entender o que acontece no cérebro do consumidor quando ele recebe um estímulo externo, como um anúncio publicitário, e como ocorre o processo de decisão de compra.

Para investigar essas questões, os especialistas utilizam tecnologias avançadas, que são capazes de mostrar quais áreas do cérebro são ativadas quando a pessoa recebe um estímulo.

Mas será que com essas tecnologias, que enxergam dentro de nosso cérebro, as empresas conseguem controlar nossa mente? Não é o que acha o doutorando em Neurociências do Instituto de Ciências Biológicas da UFMG, Carlos Magno. Na verdade, não há como prever o resultado de um estímulo. Isso acontece porque todas as pessoas são diferentes entre si, e existem muitos fatores em jogo, como memória e experiências individuais. Depois disso já podemos até ficar tranquilos! Controle mental, só nos filmes de ficção!



(Texto escrito originalmente por Alice de Freitas Gomes para o programa Na Onda da Vida, da Rádio UFMG Educativa 104.5 FM).