

9º Congreso Argentino y 4 Latinoamericano de Educación Física y Ciencias
Departamento de Educación Física
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de La Plata

Propagandas de cerveja: Uma relação de consumo e prazer para o público jovem.

Bertolo, Mayara¹

Romera, Liana²

Resumo

Atualmente são inúmeros os motivos que contribuem para o consumo de bebidas alcoólicas, sendo alguns deles as influências exercidas pelas relações de amizades e pela mídia. Serão destacadas no estudo as propagandas de cerveja apresentadas pela televisão que estabelecem relação entre o consumo e a vivência de lazer, descanso, descontração e entretenimento, assim como a prática do futebol e a assistência ao esporte e seus campeonatos dos jovens. OBJETIVO: Analisar as relações entre o consumo e situações agradáveis, que de modo geral representam a vivência do lazer em sociedade, presentes nos comerciais de cerveja. METODOLOGIA: Foram coletados, em *sites* da internet, 39 comerciais de cerveja apresentados na televisão no período de um ano, de março de 2009 a março de 2010. O material foi analisado e dividido em duas categorias, a 1ª encontros sociais e 2ª presença de celebridades. RESULTADOS: Dentre os 39 comerciais 61,5% relaciona-se o consumo da cerveja com encontros sociais em praias, casas de amigos e bares e 38,5% das propagandas utilizam da imagem de celebridades como protagonistas, ou seja, atores, cantores e atletas. CONCLUSÃO: Os comerciais recorrem ao imaginário por meio de cenas de lazer de jovens compreendidos por momentos agradáveis e divertidos, repletos de satisfações e conquistas. Fica estabelecida forte relação entre vivência do lazer e consumo de cerveja nas mensagens das propagandas, especialmente voltados à parcela jovem da população.

Palavra Chave: Lazer – mídia - álcool - juventude.

¹ Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP).

² Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). CESPCEO