

PUBLICIDADE DE BEBIDAS ALCOÓLICAS E OS JOVENS

**ALAN VENDRAME
UNIFESP/EPM**

Apoio: FAPESP – 03/06250-7 e 04/13564-0

Introdução

Importantes questões:

1. O controle social da mídia (propagandas) é importante medida de saúde pública?
2. Promoção de álcool deve ser regulamentada ou autorregulada?



Impacto da Propaganda de Álcool

estudos populacionais

Estudos econométricos (analisam gastos com propaganda e consumo de álcool):

Estudos mais recentes encontram que reduções na quantidade de propaganda podem produzir uma modesta redução no consumo entre adolescentes, mas que os resultados variam por sexo e etnia.

Impacto da Propaganda de Álcool

efeitos individuais da exposição

Estudos descritivos: quantidade de exposição, tipos de temas e tipo de marketing, características que mais atraem os adolescentes

Estudos "de consumidor" recentes mais sofisticados (medindo exposições repetidas): impacto no comportamento de beber.

Resultados consistentes com teoria dos efeitos cumulativos da propaganda...

Influência: indireta, sutil e cumulativa

Depósitos cognitivos acumulados quase que imperceptivelmente, gota a gota"

Impacto da Propaganda de Álcool

efeitos individuais da exposição

Resultados:

- **visão** mais positiva do “típico consumidor de álcool”
- **atitudes** mais positivas em relação ao beber,
- **expectativa maior** de beber quando adulto,
- **percepção** do beber como onipresente na sociedade
- **Antecipação** da idade de início de consumo,
- **beber** mais freqüente.

Promoção estratégias variadas



Outdoor e jogos interativos



Eventos





SKOL BEATS 187 ML
 SKOL 190 ML
 SKOL 473 ML
 SKOL 355 ML
 SKOL 330 ML
 SKOL LITRÃO 630 ML
 SKOL 600 ML
 SKOL 500 ML
 SKOL 355 ML

PRODUTOS | SOBRE A SKOL | IMPRENSA | SAC 0800 725 8000

SKOL WEB | twitter | YouTube | orkut | facebook | flickr

SE FOR DIRIGIR NÃO BEBA

Navegue no Skol

Sem na Caixa	Tá na Roda?	Das Areias	Futebol	Skol-	Skol Web	Consumo Responsável	Institucional
<ul style="list-style-type: none"> Skol Beat Skol Folia Skol Spirit Skol Sencatava 	<ul style="list-style-type: none"> Restado é Fir da Vida Dia do Amigo República Redonda Destolados 	<ul style="list-style-type: none"> Garra do Tempo Skol Surf Skol Spirit Verão Skol 	<ul style="list-style-type: none"> Torada Skol Emeioas E-Card Participa! 	<ul style="list-style-type: none"> Widgels Emeioas Ringtoes Wallpapers Twitter 	<ul style="list-style-type: none"> News Videos Fotos 	<ul style="list-style-type: none"> Produtos Sobre a Skol Imprensa SAC 	

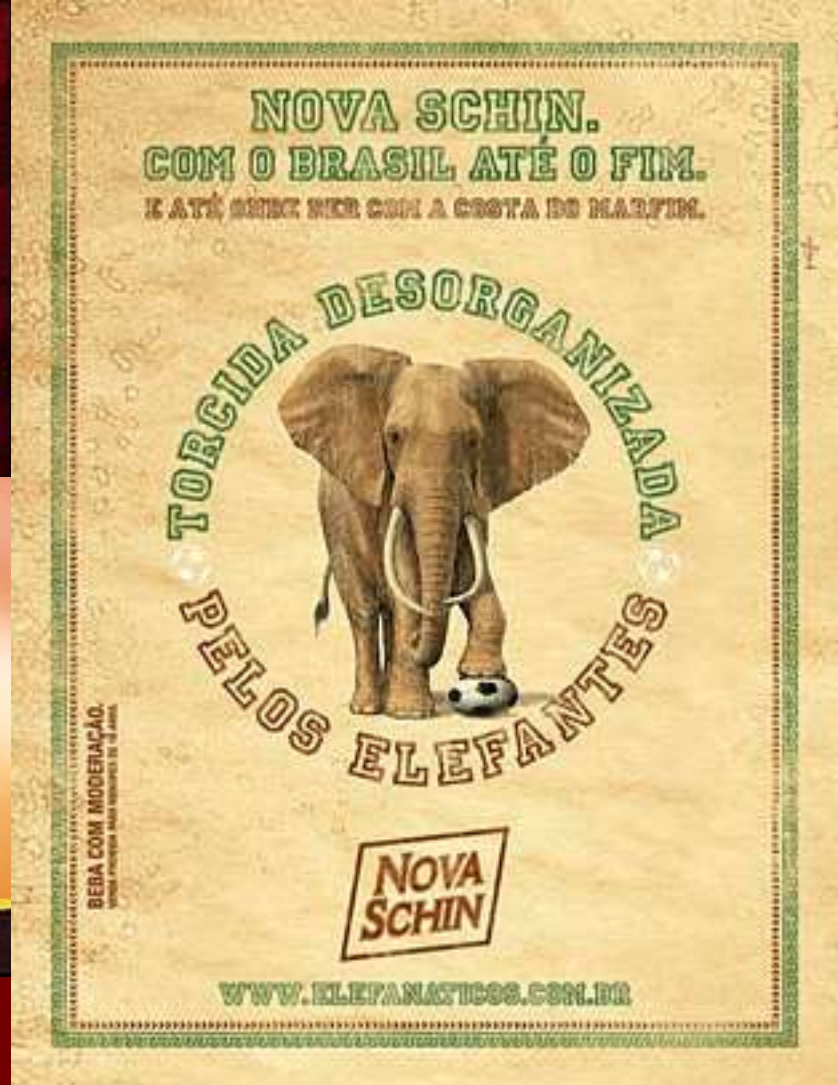
HISTÓRICO > Home 0 Skol Folia 0 Home



Ponto de venda



Mídias "alternativas"



OS "CLÁSSICOS"

Os Jovens



Música, baladas, surfe, skate



Exemplo: O Boteco Universitário





faça parte do Boteco

LOGIN

SENHA

[Cadastre-se](#) [Esqueci minha senha](#)

Eventos do Boteco

- [Cervejada do Boteco](#)
- [Balada do Boteco](#)
- [Happy Hour do Boteco](#)
- [Copa FutSOL](#)
- [Fórum Acadêmico](#)
- [Repórter do Boteco](#)

Repórter do Boteco

[+ Ver Mais](#)

O que é? [Vai rolar](#) [Já rolou](#) [<< Home](#)

Cervejada do Boteco

Galera das universidades, diversão e muuuuuuita SOL gelada!
Isso é a Cervejada do Boteco!

Aqui você encontrará datas de todas as Cervejadas organizadas pelas Associações Acadêmicas com apoio do Boteco Universitário SOL.

Também encontrará as fotos das Cervejadas que já rolaram, além de interagir com a galera que foi ou que irá às próximas!

Colunistas

- [Renato Pezzotti](#)
- [Direto do Japão](#)
- [Ricardo Chacur](#)
- [Careca](#)

Blogs do Boteco

- [Trampo](#)
- [Curtição](#)
- [Papo Inútil](#)
- [Cool](#)
- [Prêmios](#)

Promoção de álcool deve ser regulamentada
ou autorregulada?

Avaliação das violações pelo público adolescente


OBJETIVOS:

- 1 – Avaliar a adequação das propagandas de cerveja, veiculadas na televisão brasileira, com as normas do código brasileiro de autorregulamentação publicitária, segundo o julgamento do público adolescente.
- 2 – Esta avaliação é afetada pelas características individuais dos adolescentes-juízes?

Conclusões

Promoção do álcool tem crescido e se diversificado;

Promoção é muito bem feita, cara e onipresente;

Exposição repetida às estratégias diversificadas de marketing  atitudes favoráveis às bebidas, maior chance do beber mais pesado.

As regras da auto-regulamentação, que deveriam proteger crianças e adolescentes são significativamente violadas.

A autorregulamentação e o controle éticos são ineficazes como princípio.

CASO DEVASSA

EM VEZ DE PEGAR TRÂNSITO,
PEGUE UMAS DEVASSAS
NO MEIO DO CAMINHO.

E aí, tudo bem? Aqui é Sobrinho %Nome%.
Depois do trabalho, você tem mais um compromisso:
fornar umas Devassas contigo.

%Espaço para personalização da mensagem.%

TE ESPERO LÁ!

Dir: %DDMM/AAAA%

Local: %Endereço%


DEVASSA

Um pedo de cerveja

WWW.DEVASSA.COM.BR

HAPPY HOUR



- Lançamento: 1ª semana de fevereiro de 2010
- Denúncias: 20 de fevereiro de 2010
- Suspensão: 26 de fevereiro de 2010

RESTRIÇÃO X LIBERDADE DE EXPRESSÃO:

RESTRINGIR AS PROPAGANDAS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS
OFENDE O PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DA LIBERDADE DE
EXPRESSÃO?

CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Art. 5º, inciso IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

*SKOL
TÁ NA RODA
TÁ REDONDO!*

*BOTECO UNIVERSITÁRIO SOL
SEM CHAMADA, MAS VOCÊ
VAI MARCAR PRESENÇA!*

PROPAGANDA – meio de promoção de produtos ou serviços (estratégia de venda).

CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Art.220, § 4º - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996: *dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.* (RESTRIÇÃO DE HORÁRIO).

Lei 8078, de 11 de setembro de 1990: *dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*

Da Publicidade

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Obrigado!

Alan Vendrame

UNIFESP/EPM

E-mail: aven2@uol.com.br