

ESTUDO DA INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA SOBRE O CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS E OUTRAS DROGAS

Sonia Maria de Almeida (sonialmeida15@yahoo.com.br), Marcelo Fabiano Rodrigues,
Manuel Morgado Rezende, & Edson Costa
UNIP, Universidade Paulista; Faculdade Santa Marcelina, Universidade Metodista;
Universidade Metodista de São Paulo; Faculdade Santa Marcelina.

Este trabalho trata de um estudo a respeito da influência da propaganda no consumo de álcool e outros tipos de drogas chamadas de "socialmente aceitáveis" para a saúde da população. Analisar peças publicitárias a fim de determinar se o discurso publicitário contribui para a educação da sociedade, acarretando mudanças no comportamento de consumo. Utilizou-se o método de análise de discurso para coleta e análise dos dados. A propaganda influencia a educação da sociedade, desencadeando o consumismo; analisamos os conceitos e a relação existente entre a propaganda de bebidas alcoólicas e o impacto do consumo causado na sociedade. Nosso foco está na questão do uso da imagem de pessoas de prestígio junto à população, exibida nos meios de comunicação de massa motivando o consumo. Nesse sentido, concluímos que as agências de propaganda devem escolher os métodos de abordagem da população, objetivando, assim, a educação da saúde da população. Verificou-se que ao receber informações sensoriais, áreas cerebrais relacionadas com a razão, raciocínio lógico, emoções e memória ficam ativadas e, segundo Simonson, 2001, dependendo do estímulo recebido o componente emocional é ativado, levando, portanto, a uma modificação no comportamento e, automaticamente, ao consumo.