

# COMPREENDER O CONSUMO E A ABSTINÊNCIA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS ENTRE OS ALUNOS DO 12º ANO DE ESCOLARIDADE DO CONCELHO DE ESTREMOZ

## *UNDERSTANDING THE CONSUMPTION AND ABSTINENCE OF ALCOHOLIC BEVERAGES AMONG THE STUDENTS OF THE 12<sup>TH</sup> GRADE OF THE ESTREMOZ MUNICIPALITY*

Maria Boné<sup>1</sup> & Jorge Bonito<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Agrupamento de Escolas de Monforte. Universidade de Évora. aurorabone@hotmail.com

<sup>2</sup> Escola de Ciências Sociais da Universidade de Évora. Centro de Investigação em Educação e Psicologia (CIEP) da Universidade de Évora. Centro de Investigação Didática e Tecnologia na Formação de Formadores (CIDTFF). jbonito@uevora.pt

### RESUMO

Alguns dos motivos que levam os jovens a ingerir álcool são a curiosidade, a imitação, a pertença a um grupo de pares e, em alguns casos, a motivação dos familiares. A tolerância social para os consumos moderados de álcool, pode levá-los a evoluir para formas de risco. Este estudo procura compreender o consumo e a abstinência da ingestão de bebidas alcoólicas, entre os jovens do concelho de Estremoz, em co utilização de espaços de aprendizagem e de lazer. A investigação que desenvolvemos foi de carácter qualitativo recorrendo ao método direto de recolha de dados, com entrevistas compreensivas (modelo de J.-C. Kaufmann). Realizaram-se dez entrevistas, cinco a jovens consumidores e cinco a não consumidores, alunos do 12º ano de escolaridade da escola Secundária de Estremoz. Os resultados do estudo apontam no sentido do primeiro contacto com bebidas alcoólicas acontecer em ambiente noturno por influência ativa ou tácita dos pares, sendo estas ascendências motivadoras da continuidade do consumo. O comportamento alcoólico é comum e intrínseco a ambientes de festa. Uma modificação de comportamento, no grupo de pertença, parece apontar para a alteração do comportamento individual, relativamente à ingestão de bebidas alcoólicas. Apesar das consequências desagradáveis das ressacas, estas não contribuem para o desencorajamento da ingestão. Os jovens não consumidores já experimentaram tomar bebidas alcoólicas mas, quer o sabor de algumas, quer os efeitos que provocam, não são estimulantes do consumo, considerando desnecessária a sua ingestão para a valorização da convivência interpares.

**Palavras-chave:** álcool, jovens, consumo, abstinência.

### ABSTRACT

*Some of the reasons that lead youngsters to drink alcoholic beverages are curiosity, imitation, membership of a peer group, and in some cases, incentive from family members. The social tolerance for moderate consumption of alcohol may lead them to evolve into forms of risk. This study seeks to understand the consumption and abstinence from alcohol consumption among young people of the municipality of Estremoz, in co use of learning and leisure facilities. The research we developed was of a qualitative nature, using the direct method of data collection, with comprehensive interviews (J.-C.Kaufmann model). The sample consisted of five non-consumer and five consumer students of the 12<sup>th</sup> grade secondary school of Estremoz. The results direct to a first contact with alcohol, to occur in night atmosphere by active or tacit*

*influence of peers, being these influences motivators of continued consumption. The alcoholic behavior is common and intrinsic to the party settings. A change of the group behavior seems to point to the change of individual behavior regarding alcohol consumption. Despite the unpleasant consequences of hangovers, they do not contribute to the discouragement of ingestion. The non-consumer students have experienced drinking alcoholic beverages, but the taste of some, as well as the effects, are not stimulating to consumption, they consider the consumption unnecessary to the enhancement of peer interaction.*

**Keywords:** alcohol, youth, consumption, abstinence

## 1. INTRODUÇÃO

Os problemas ligados ao consumo de álcool e o seu reflexo social são causados, com maior incidência, por consumo excessivo. Após a ingestão de grandes quantidades de bebidas alcoólicas, o álcool atinge rapidamente o cérebro provocando os sintomas da embriaguez. Surgem comportamentos desadaptados como, por exemplo os impulsos sexuais desinibidos ou agressivos, sensibilidade emocional, alteração da capacidade de raciocínio e da atividade social, descoordenação, instabilidade motora, rubor facial, mudanças no estado de ânimo. Entre os jovens, o uso regular ou abusivo do álcool parece, de acordo com Matos, Carvalhosa, Reis, e Dias (2001) relacionar-se com fatores individuais, que se associam a outros comportamentos geradores de risco em saúde, em ambiente social, nomeadamente familiar e escolar. Atualmente, o álcool é a droga mais consumida no mundo. A ingestão de bebidas alcoólicas, pelas faixas etárias mais jovens, de acordo com o *World Development Report*, vai além dos 60% e entre 10% e 30% ingerem-nas em *binge drinking* (The International Bank for Reconstruction and Development, 2006). No estudo realizado por Feijão e Lavado (2003), acerca do consumo de álcool, tabaco e drogas (ECATD) os resultados revelaram que cerca de 9% dos rapazes e 5% das raparigas de 13 anos, e 60% dos rapazes e 42% das raparigas de 18 anos, já viveram, pelo menos uma vez, a experiência de intoxicações alcoólicas. O estudo de Gameiro (1998) revelou que entre os jovens de 15-24 anos, cerca de meio milhão consumiam bebidas alcoólicas três ou mais vezes por semana. Outros estudo mais recentes (Cabral, 2007) revelou que o consumo de álcool entre os jovens permanece elevado em Portugal. Segundo dados do relatório do *European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs - ESPAD* (Feijão, 2009), o consumo esporádico excessivo durante os 30 dias que antecederam a aplicação dos questionários revelou um aumento entre 1995 e 1999, tendo sido significativo no período entre 2003 e 2007. É de referir que entre as raparigas, o incremento de consumo variou entre 35% e 42% (Feijão, *idem*). O aumento de consumo esporádico excessivo, em Portugal, no período entre 2001 e 2007, foi o mais elevado de entre os 35 países europeus envolvidos no estudo tendo, entre estudantes, passado de 25% para 56% (Feijão, *idem*). A informação disponibilizada no Inquérito Nacional em Meio Escolar (Feijão, 2010) permite a caracterização detalhada dos consumos dos alunos do 3º ciclo do ensino básico (3CEB) e do secundário (ES) das diferentes regiões de Portugal entre 2001 e 2006. A análise dos dados revela que a percentagem de alunos que já consumiram alguma bebida alcoólica diminuiu. Nos alunos do 3CEB registou-se um decréscimo de 7% (67% para 60%), e entre os mais velhos (ES) de 91% para 87%. Verificou-se ainda, uma relativa estabilização nas percentagens dos que consumiram nos últimos 12 meses: 49% e 48% no 3CEB e 76% e 79% no ES. Registe-se, porém, o significativo aumento na prevalência dos que ingeriram bebidas alcoólicas nos últimos 30 dias: de 25% para 32% (3CEB) e de 45% para 58% (ES).

Tendo por base o diagnóstico apresentado anteriormente, e levando em conta que, durante muitos anos, os estudos desenvolvidos sobre o consumo de álcool envolviam, apenas, o homem adulto, consideramos ser oportuna uma reflexão sobre esta problemática, num concelho do interior do país, procurando compreender as motivações para o uso e/ou abuso de bebidas alcoólicas em jovens do ensino básico e secundário e o nível das suas representações sobre o consumo e efeitos dessa prática. Parece-nos premente não apenas a descrição da realidade mas também a sua compreensão.

A proximidade e a facilidade de acesso às bebidas alcoólicas são razões para o início do seu consumo (Cabral, 2007). Os fatores socioculturais serão promotores do consumo precoce de bebidas alcoólicas destacando-se o analfabetismo, ausência de bons hábitos alimentares, em que o leite é substituído pelo vinho, principalmente em zonas rurais, residência em zonas de baixas temperaturas, o trabalho infantil e o incentivo parental. A prevalência de consumos é maior no sexo masculino. É frequente escutar, em zonas destinadas ao convívio ou em festas, que “quem não bebe não é homem”. O consumo e as simbologias

ligadas a esta prática são transmitidos de geração em geração, constituindo-se como valor cultural. Não é, pois, fácil a diminuição ou eliminação do consumo de álcool, pelo enraizamento e conotação nas sociedades (Cabral, *idem*).

A gosto ou não, é importante em Portugal tomar bebidas alcoólicas com o objetivo de acompanhar, receber e festejar. Ao quebrar este modelo social, qualquer indivíduo será mais dificilmente aceite por infringir tradições e costumes instituídos. O indivíduo acultura-se ao hábito alcoólico, pois vendo beber acaba por beber também, sentindo-se integrado entre os demais que bebem. Este ato é social mas, de forma antagónica, a mesma sociedade é crítica e pouco tolerante com os indivíduos que se tornam alcoólatras, excluindo-os.

A dependência alcoólica relaciona-se com a vulnerabilidade do indivíduo e com o álcool. Porém, segundo Mello, Pinto, Frazão e Rocha (1988), existem fatores individuais, genéticos, ambientais, socioculturais, socioeconómicos e psicológicos que motivam o consumo de bebidas alcoólicas.

As sensações iniciais após a ingestão de álcool são de euforia e de desinibição, devido ao bloqueio do sistema cerebral controlador das inibições (IDT, 2010). Após estes momentos, segue-se um estado de sonolência, turvação da visão, descoordenação muscular, diminuição das capacidades de reação, de atenção e de compreensão, fadiga muscular, entre outros sintomas. Se a ingestão for muito elevada, promove a intoxicação etílica aguda, podendo surgir depressão respiratória, hipoglicemia com coma etílico e a possibilidade da morte.

O consumo excessivo de álcool tem reflexos a nível individual, familiar e social. Ao longo de séculos o consumo de bebidas alcoólicas esteve ligado à embriaguez aguda e aos seus efeitos mas, desde meados do século XIX, a atenção aos danos resultantes da dependência do álcool, não sendo atingida a embriaguez, começou a fazer-se notar. O aparecimento de alterações ligadas ao consumo de álcool ao nível psicológico, somático, comportamental, pode acontecer de forma variável e com diferente grau de intensidade.

Muitas das atitudes juvenis, desajustadas socialmente, estão relacionadas com o consumo desta substância. Podemos indicar, como exemplo destas, os “sintomas de ressaca”; fraco rendimento escolar, a médio ou a longo prazo; comportamentos violentos; comportamentos impulsivos; problemas de ordem pública ou até criminais; perdas materiais; lesões e morte; envenenamento acidental; e, segundo Breda (1996), maior probabilidade de uso de drogas; problemas familiares e sociais, bem como comportamentos sexuais de risco.

A OMS introduziu, na década de 1980, a designação “Problemas Ligados ao Álcool”, abrangendo todas as questões relacionadas com o consumo de álcool e também todas as situações relacionadas direta e indiretamente com essa prática. O inquérito *Health Behaviour in School-aged Children* (Matos, Equipa do Projeto Aventura Social e Saúde, 2010), revela que 37% dos alunos consomem álcool aos fins de semana e, preferencialmente, à noite. A investigação realizada por Lomba, Apóstolo, Mendes e Campos (2011) aponta no sentido de os jovens frequentarem ambientes recreativos, essencialmente noturnos, saindo cerca de 6 noites por mês, que corresponde a uma média de mais do que uma noite por fim de semana estando em 2 ou 3 locais de diversão por noite. O mesmo estudo divulga ainda que aproximadamente 96% dos jovens selecionam os ambientes recreativos preferencialmente, pelo facto de terem possibilidade de encontrar amigos e cerca de 59% dos jovens valorizam o acesso a bebidas alcoólicas baratas como marcante fator de escolha do local de diversão. Os dados encontrados são ainda reveladores de que, cerca de 52% dos jovens se embriagaram nas últimas 4 semanas, em média 1,75 vezes (SD = 2,68).

## **2. OBJETIVOS**

Caraterizar as atitudes e os hábitos de consumo e abstinência de bebidas alcoólicas dos jovens estudantes. Compreender os fatores motivacionais externos e internos que conduzem ao consumo e à abstinência da ingestão de bebidas alcoólicas dos jovens estudantes do 12º ano do concelho de Estremoz, em co utilização de espaços de aprendizagem e de lazer.

## **3. MATERIAIS E MÉTODOS**

A investigação desenvolvida foi de carácter qualitativo, recorrendo-se ao método direto de recolha de dados com entrevistas compreensivas (modelo de J.-C. Kaufmann).

### **3.1 População**

Adotámos uma entrevista semiestruturada a jovens escolares do 12º, não consumidores e consumidores, de ambos os sexos, da Escola Secundária com 3º Ciclo do Ensino Básico Rainha Santa Isabel, de Estremoz. A decisão tomada a este nível foi condicionada particularmente pelas leituras exploratórias, face ao relato do primeiro contacto com as bebidas alcoólicas, o consumo esporádico e a continuidade da ingestão de bebidas alcoólicas. Sendo este estudo dedicado ao conhecimento das representações e hábitos de consumo dos jovens estudantes, surgia como natural o aluno como unidade de observação. Seguiu-se um critério de amostragem estratificado, obtendo-se amostras estratificadas proporcionais (Buendía, 1998), compostas por 5 alunos não consumidores e 5 alunos consumidores, que frequentavam o referido ano de escolaridade.

### **3.2 Construção e estrutura dos guiões de entrevista**

A investigadora é a autora dos guiões usados neste estudo. Para a sua materialização baseou-se na literatura acerca da problemática em questão. A razão da construção dos guiões deveu-se ao facto de não existirem, até ao momento, guiões publicados que se adequassem à população portuguesa infantil, nas faixas etárias sobre as quais incide o estudo. Foram criados dois guiões semiestruturados: um para alunos não consumidores e outro para alunos consumidores. Pretendia-se a obtenção de dados relativos às motivações que concorrem para a abstinência e o consumo de bebidas alcoólicas entre os alunos, descortinar fatores de risco para a experimentação, consumo esporádico e manutenção do hábito de consumo de bebidas alcoólicas e conhecer os fatores protetores do consumo destas bebidas e a perceção dos riscos em saúde. O guião da entrevista é constituído por 5 partes. A 1ª parte justifica a entrevista, pretende motivar o entrevistado e integra os dados demográficos do participante. A 2ª parte é formada pela dimensão pessoal. A 3ª parte envolve a dimensão ambiental. A 4ª parte corresponde à dimensão sociocultural. O guião termina com a 5ª parte “encerramento da entrevista”, onde são solicitadas impressões acerca do desenvolvimento da entrevista e informações preteridas durante o diálogo.

Definiram-se objetivos específicos e, com base nestes, a consequente materialização de questões ilustrativas abertas focalizadas na perceção de opiniões e exploração das perceções dos alunos entrevistados. Estas questões, focadas na especificidade dos objetivos definidos, estão fundamentadas em autores e normativos que referem indicadores ao consumo e à abstinência de bebidas alcoólicas. Foram ainda previstas questões exploratórias de aprofundamento das questões ilustrativas. Submeteram-se os guiões a um painel de juízes visando a sua revisão e aprovação. Posteriormente, a validação dos mesmos foi efetuada através da realização de duas entrevistas: uma a um aluno não consumidor e outra a um consumidor decorrendo destes ajustes de âmbito vocabular. As entrevistas foram registadas em gravação digital, com autorização dos participantes.

## **RESULTADOS**

Neste trabalho são apresentados os resultados obtidos referentes às dimensões pessoal e sociocultural do guião de entrevista aplicado aos alunos não consumidores e consumidores.

Tabela 1 – Dimensão Pessoal (resumo dos dados obtidos)

DIMENSÃO PESSOAL			
SUB-DIMENSÃO	OBJETIVOS	ALUNOS NÃO CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS	ALUNOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS
<b>FATORES INDIVIDUAIS</b>	<b>ODP1.</b> Conhecer motivações pessoais para o consumo de bebidas alcoólicas	<u>Todos os alunos</u> não consumidores <u>já experimentaram tomar</u> .  Motivados pela <u>curiosidade</u> e a <u>presença de amigos que consumiam</u> , no momento.	Início do consumo entre os <b>13 e os 15</b> anos.  Tendencialmente, consomem em <u>festas de aniversário</u> que coincidiram com o começo das <u>saídas à noite</u> .  Movidos são a <u>curiosidade</u> e a <u>presença de amigos que consumiam</u> , no momento.  <u>Não pensaram deixar</u> de tomar por considerarem que ingerem pequenas quantidades.
	<b>ODP2.</b> Compreender as atitudes manifestadas pelos alunos relativamente ao consumo de bebidas alcoólicas	Sentem que <u>vivem melhor</u> e que se <u>divertem mais</u> por não ingerirem. Tendencialmente <u>não se sentem diferentes</u> , porém, algumas vezes, ficam <u>à margem do grupo</u> .	<u>Sentem-se bem</u> quando tomam e quando não tomam. Quando ingerem bebidas alcoólicas <u>sentem-se mais alegres</u> .

Os dados da Tabela 1 são reveladores de que a totalidade dos não consumidores entrevistados, experimentaram tomar bebidas alcoólicas. Quer consumidores, quer não consumidores, foram conduzidos à experimentação pela curiosidade e presença de amigos que tomavam esse tipo de bebidas, no momento. Os resultados apontam para o início do consumo de bebidas alcoólicas entre os 13 e os 15 anos, o que conflui com estudos anteriormente realizados, nomeadamente por Feijão e Lavado (2003), ESPAD (2003; 2007), Matos e Equipa do Projecto Aventura Social e Saúde (2010), Feijão, Lavado e Calado (2011). Os consumos são preferencialmente noturnos, sendo este dado coincidente com pesquisas anteriormente realizadas por Feijão e Lavado(2003), ESPAD (2003) e Matos e Equipa do Projecto Aventura Social e Saúde (2010).

Os alunos consumidores referiram não ter pensado, até ao momento, cessar a ingestão de bebidas alcoólicas por considerarem diminuta a quantidade tomada.

Os alunos não consumidores referem que consideram viver melhor e divertir-se mais, pelo facto de não ingerirem bebidas alcoólicas.

Tabela 2 – Dimensão Sociocultural – fatores micro – sociais (resumo dos dados obtidos)

DIMENSÃO SOCIOCULTURAL			
SUB-DIMENSÃO	OBJETIVOS	ALUNOS NÃO CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS	ALUNOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS
FATORES MICRO-SOCIAIS	ODSC1. Conhecer a influência da família no hábito alcoólico	<p>A maioria dos entrevistados refere ter sido <b>motivada por familiares próximos</b> a experimentar ingerir.</p> <p>Os familiares mais próximos de três alunos costumam tomar <b>às refeições e em festas, de forma moderada.</b></p> <p>Dois alunos referiram <b>consumos excessivos</b> por parte de familiares próximos, e a <b>vivência de experiências desagradáveis por esse facto.</b></p> <p>Os pais manifestam <b>satisfação e tranquilidade</b> em consequência do comportamento dos filhos</p>	<p>Influência de familiares próximos a tomar bebidas alcoólicas em <b>datas festivas</b> ou <b>degustação de produtos produzidos</b> por familiares.</p> <p>Os pais <b>ingerem regularmente</b> bebidas alcoólicas às <b>refeições e de forma moderada.</b></p> <p>Os pais <b>têm conhecimento</b> do seu hábito de ingestão de bebidas alcoólicas em pequenas quantidades e consideram esse comportamento <b>normal para a idade.</b></p>
	ODSC2. Conhecer o nível de intervenção dos pais, perante o consumo de bebidas alcoólicas por parte dos filhos	<p>Os pais chamam a <b>atenção para os perigos.</b></p> <p><b>Criticam</b> o hábito de consumo excessivo entre os jovens.</p> <p><b>Acham positivo</b> que os pais os chamem à atenção e consideram que <b>têm razão</b> no que afirmam.</p>	<p>Os pais <b>alertam para os perigos</b> da ingestão em excesso.</p> <p>Os progenitores <b>aceitam</b> que bebam de <b>forma moderada.</b></p> <p>Consideram a <b>opinião dos pais.</b></p> <p>Consideram que <b>pais muito controladores</b> promovem situações de <b>ingestão excessiva perigosa.</b></p>

A tolerância social do consumo de bebidas alcoólicas está presente na sociedade portuguesa. O consumo deste tipo de bebidas não é visto, como se fosse de uma droga, sendo os jovens motivados pelos progenitores e familiares próximos a ingerir em momentos de encontro e em datas festivas. Os alunos consideram as chamadas de atenção para os perigos associados à ingestão de bebidas alcoólicas feitas pelos pais. Os consumidores referem efeitos negativos no excesso de controle por parte dos pais. Esse comportamento leva ao abuso de ingestão, em momentos vividos por não consumidores, afastados de ambientes familiares, por desconhecimento dos efeitos do consumo alcoólico o que promove situações de risco.

Tabela 3 – Dimensão Sociocultural – fatores micro - sociais (resumo dos dados obtidos)

DIMENSÃO SOCIOCULTURAL			
SUB-DIMENSÃO	OBJETIVOS	ALUNOS NÃO CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS	ALUNOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS
<b>FATORES MICRO-SOCIAIS</b>	<b>ODSC3.</b>  Conhecer a interferência dos pares no hábito de consumo alcoólico	<p>Consideram que o grupo que integram <b><u>tem influência nos consumos.</u></b></p> <p>Os grupos de <b><u>consumidores são críticos com quem não consome.</u></b></p> <p><b><u>Motivam</u></b> a tomar.</p> <p>Os seus amigos consomem pouco, chamam-nos à atenção para os riscos para a saúde, perigos e alterações de comportamento.</p> <p><b><u>Não valorizam</u></b> mais quem bebe.</p> <p>Valorizam quem <b><u>sabe conviver, não perturbar e ser leal.</u></b></p> <p><b><u>Aborrece-os</u></b> quem fica embriagado e sem conversa interessante.</p> <p><b><u>Nunca beberam</u></b> para acompanhar ou não desiludir alguém.</p> <p><b><u>Ser verdadeiro, divertido, aproveitar a companhia dos outros e não aborrecer,</u></b> são comportamentos que facilitam a integração no seu grupo.</p>	<p>Referem que o <b><u>grupo não influência</u></b> os consumos mas pode desenvolver uma <b><u>influência tácita, devido ao hábito de ingestão dos elementos que o integram.</u></b></p> <p>Não tomam bebidas alcoólicas se estão <b><u>doentes, a tomar medicamentos ou simplesmente porque não lhes apetece.</u></b></p> <p>Não criticam os amigos, consideram que cada um <b><u>escolhe sentir-se bem.</u></b></p> <p><b><u>Não valorizam</u></b> mais quem toma.</p> <p>Valorizam o <b><u>companheirismo, a lealdade, a simpatia e a boa disposição,</u></b> num amigo.</p> <p>A maioria dos entrevistados <b><u>nunca ingeriu bebidas alcoólicas</u></b> para acompanhar alguém ou para não desiludir.</p> <p>Consideram que <b><u>reduziriam ou se abstinham de tomar,</u></b> se os demais elementos do seu grupo deixassem de o fazer.</p> <p>Os comportamentos que facilitam a integração de um novo elemento no teu grupo de amigos são <b><u>gostar de conversar, ser divertido. Beber ou fumar é indiferente.</u></b></p>

A análise da Tabela 3 aponta para uma influência, ativa ou tácita, por parte dos pares quer no hábito de abstinência quer no de consumo de bebidas alcoólicas o que coincide com Muisener (1994). Este, refere que integram os fatores determinantes do consumo as características da personalidade e a imitação. É de salientar que os alunos consumidores consideram que reduziriam ou se absteriam da ingestão de bebidas alcoólicas, se os demais elementos do seu grupo de pertença, cessassem o consumo. A comunicação e a diversão interpares são referidas, quer por não consumidores quer por consumidores como uma prática importante nos momentos de encontro e convívio.

Tabela 4 – Dimensão Sociocultural – fatores macrosociais (resumo dos dados obtidos)

DIMENSÃO SOCIOCULTURAL			
SUB-DIMENSÃO	OBJETIVOS	ALUNOS NÃO CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS	ALUNOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS
<b>FATORES MACROSSOCIAIS</b>	<b>ODSC5.</b> Identificar o efeito de modelagem social exercida através dos <i>mass media e sociedade</i>	<p>A <b>publicitação</b> de bebidas alcoólicas <b>não influencia</b> o consumo.</p> <p>A <b>convivência interpares</b> é promotora do consumo.</p> <p>Os <b>mais novos</b> talvez sejam <b>influenciados</b> pela divulgação nos meios de comunicação social e <b>tentam imitar</b> os colegas mais velhos. Referem a série televisiva juvenil "<b>Morangos com açúcar</b>" como <b>forte incentivo</b> ao consumo.</p> <p>Referem ouvir falar de quem bebe de mais e faz "más figuras" e <b>não consideram</b> que isso seja <b>popular</b>.</p> <p>Consideram populares pessoas que são <b>divertidas, simpáticas e bonitas</b>.</p> <p>Acham que está na <b>moda</b> tomar bebidas alcoólicas pela <b>quantidade</b> de gente que observam.</p> <p><b>Não</b> consideram que os consumidores estejam na <b>moda</b>.</p> <p>Referem <b>receber comentários</b> dos colegas por não adotarem o hábito do consumo de bebidas alcoólicas.</p>	<p>A <b>publicitação</b> de bebidas alcoólicas <b>não influencia</b> o consumo nem a escolha.</p> <p>A <b>companhia</b> dos amigos é o que mais <b>influencia</b>.</p> <p>Consideram a possibilidade de <b>influenciar os mais jovens</b>. Referem a série televisiva juvenil "<b>Morangos com açúcar</b>" como uma série que influenciará os <b>mais jovens</b>, que consideram mais influenciáveis.</p> <p>A <b>popularidade</b> dos elementos do grupo <b>não está relacionada</b> com a ingestão de bebidas alcoólicas.</p> <p>Referem que os <b>mais velhos bebem porque querem</b> e <b>os mais novos por imitação</b> daqueles e para <b>se imporem</b>.</p> <p>Beber está na <b>moda</b>. Começa-se cada vez <b>mais cedo</b>.</p> <p>As bebidas estão, no tempo presente, <b>mais acessíveis</b>. Isso implica <b>maior consumo</b>.</p>

Relativamente à interferência dos *media* (Tabela 4), no consumo e preferências dos jovens, os entrevistados apontam uma notória influência sobre os mais novos, referindo, em particular, uma série televisiva juvenil. De acordo com Pinsky (2009), as imagens publicitárias que passam na televisão, revistas, internet, *shows* e festas para público jovem levam a que estes se sintam integrados ao adotarem comportamentos idênticos, sentindo-se de forma antagónica se não ingerirem. Refere ainda que beber é libertador e não beber é repressor. Alguns alunos não consumidores revelaram ser alvo de comentários por parte dos colegas por não adotarem o hábito alcoólico sentindo-se por vezes à margem do grupo.

Tabela 5 – Dimensão Socio Cultural – Representações Sociais (resumo dos dados obtidos)

DIMENSÃO SOCIOCULTURAL			
SUB-DIMENSÃO	OBJETIVOS	ALUNOS NÃO CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS	ALUNOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS
<b>REPRESENTAÇÕES SOCIAIS</b>	<b>ODSC6.</b> Conhecer as representações sociais dos jovens relativamente ao consumo alcoólico	<p>Consideram <b>importante a não ingestão</b> de bebidas alcoólicas porque:</p> <p>I - não afeta o <b>controlo individual</b>,</p> <p>II - acarreta <b>vantagens económicas</b>,</p> <p>III – promove a <b>saúde individual e coletiva</b>,</p> <p>IV - <b>reduz</b> a ocorrência <b>de acidentes</b>,</p> <p>V – causa <b>tranquilidade familiar</b>.</p> <p>O <b>desempenho escolar</b> não é afetado negativamente pelo consumo de bebidas alcoólicas.</p> <p>O consumo por parte dos amigos acontece durante o <b>fim de semana</b> e, nos restantes dias, o <b>comportamento</b> deles <b>é normal</b>.</p>	<p><b>Não</b> apontam uma <b>razão importante</b> para o consumo de bebidas alcoólicas.</p> <p>Pensam tratar-se de uma <b>rotina do grupo</b>.</p> <p><b>Socialmente é agradável</b> tomar bebidas com os amigos.</p> <p>Estariam <b>igualmente bem</b> se não tomassem.</p> <p>O <b>desempenho escolar</b> e o <b>comportamento não são influenciados</b> pelo o hábito de ingestão de bebidas alcoólicas, justificando-se <b>pela quantidade</b> que</p>



			<p>consideram ingerir e por acontecer mais frequentemente durante o <b><u>fim de semana</u></b>.</p> <p>O <b><u>comportamento</u></b> fica alterado num <b><u>período curto</u></b>.</p> <p>Referem conhecer pessoas que <b><u>bebem</u></b> mais e alcançam <b><u>bons resultados</u></b>.</p> <p>Consideram que as <b><u>saídas à noite diminuem</u></b> o tempo dedicado ao <b><u>estudo</u></b>, porém, <b><u>conviver</u></b> com os pares <b><u>é importante</u></b>.</p>
--	--	--	---

É nas saídas à noite que os jovens revelam ingerir mais frequentemente bebidas alcoólicas, considerando alguns tratar-se de uma rotina. O estudo realizado por Lomba, Apóstolo, Mendes e Campos (2011) revela que os jovens portugueses, com idades compreendidas entre os 15 e os 35 anos, frequentadores de ambientes recreativos, o número de horas destas saídas noturnas é de cerca de 6 noites por mês, uma média de mais do que uma noite por fim de semana e visitam entre 2 a 3 locais de diversão por noite durando entre 5 a 6 horas.

Os jovens que participaram no nosso estudo, não relacionam a ingestão de bebidas alcoólicas com os resultados escolares que obtêm.

Tabela 6 – Dimensão Pessoal – Fatores individuais - Questão final

DIMENSÃO PESSOAL			
SUB-DIMENSÃO		ALUNOS NÃO CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS	ALUNOS CONSUMIDORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS
<b>FATORES INDIVIDUAIS</b>	<p><b>Questão final</b></p> <p>Que vantagens consideras existirem no consumo/não consumo de bebidas alcoólicas?</p>	<p><b><u>Maior tranquilidade</u></b> não ingerindo.</p> <p><b><u>Não ter atitudes reprováveis.</u></b></p> <p>Importância de <b><u>ser diferente.</u></b></p> <p><b><u>Não afetar a saúde.</u></b></p> <p><b><u>Não criar sentimentos desagradáveis</u></b> em familiares próximos, por tê-los <b><u>sentido anteriormente.</u></b></p> <p><b><u>Sentir-se bem</u></b> e manter a <b><u>tranquilidade dos pais.</u></b></p>	<p><b><u>Não tem vantagens relevantes.</u></b></p> <p><b><u>Diversão</u></b> em grupo.</p> <p><b><u>Esquecer</u></b> algumas situações desagradáveis.</p> <p>Sentir <b><u>prazer</u></b> em beber quando está com os amigos.</p> <p>Sentir-se mais <b><u>desinibido e alegre.</u></b></p>

As respostas dadas à questão final (Tabela 6), parecem-nos remeter para o foro afetivo, por parte dos alunos não consumidores. Maior tranquilidade pessoal e dos pais, não criar sentimentos desagradáveis nos demais, como atitude de contraposição ao que já viveram, são disso exemplo. A maioria dos alunos consumidores não conseguiram referir vantagens relevantes, sendo que alguns apontam a diversão, prazer, desinibição, alegria e esquecimento, no momento, de situações desagradáveis que os perturbam.

## CONCLUSÃO

Neste estudo, os dados apontam no sentido do primeiro contacto com as bebidas alcoólicas acontecer em ambiente noturno, entre os 13 e os 15 anos por influência ativa ou tácita dos pares, sendo estas ascendências promotoras da continuidade do consumo. O comportamento alcoólico é indissociável de ambientes de festa. Uma modificação de comportamento, no grupo de pertença, parece apontar para a alteração do comportamento individual, relativamente à ingestão de bebidas alcoólicas, sendo que o grupo, ativa ou tacitamente funciona como promotor do hábito alcoólico. É este núcleo que é referido como o elemento de maior influência na abstinência ou ingestão de bebidas alcoólicas.

Atingir a intoxicação alcoólica e sentir os seus efeitos, não contribui para o desencorajamento da ingestão. Os jovens não consumidores já experimentaram tomar bebidas alcoólicas mas, quer o sabor de algumas, quer os efeitos que provocam, não são estimulantes do consumo, considerando desnecessária a sua ingestão para a valorização da convivência interpares.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Buendía, L. (1998). El proceso de investigación. In M. P. Colás, & L. Buendía (Orgs.), *Investigación educativa* (pp. 69-107). Sevilla: Ediciones Alfar.
- Cabral, L. (2007). *Consumo de bebidas alcoólicas em rituais/praxes académicas*. Tese de doutoramento não publicada, Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar da Universidade do Porto, Porto.
- Feijão, F. (2010). Epidemiologia do consumo de álcool entre os adolescentes escolarizados a nível nacional e nas diferentes regiões geográficas. *Revista toxicodependências*, 16, 29-46. Retirado em Outubro 2, 2010, a partir de [http://www.idt.pt/PT/RevistaToxicodependencias/Artigos%20Ficheiros/2010/1/Text3Vol16\\_n1E.pdf](http://www.idt.pt/PT/RevistaToxicodependencias/Artigos%20Ficheiros/2010/1/Text3Vol16_n1E.pdf).
- Feijão, F. (2009). *ESPAD 2007 - European School Survey project on Alcohol and other Drugs*. Retirado em Outubro 2, 2010, a partir de <http://www.idt.pt/PT/Investigacao/Documents/sintese/ESPAD07.pdf>.
- Feijão, F., & Lavado, E. (2003). *Os adolescentes e o álcool: Estudo sobre o consumo de álcool, tabaco e droga*. Obtido em 22 de Setembro de 2010, de [http://www.idt.pt/media/relatorios/investigacao/ECATD/ecatd\\_Alcool.pdf](http://www.idt.pt/media/relatorios/investigacao/ECATD/ecatd_Alcool.pdf).
- Gameiro, A. (1998). *Hábitos de consumo de bebidas alcoólicas em Portugal*. s.l.: Editorial Hospitalidade.
- Lomba, L., Apóstolo, J., Mendes, F., & Campos, D. C. (2011). Jovens portugueses que frequentam ambientes recreativos nocturnos. Quem são e comportamentos que adoptam. *Toxicodependências*, 17(1), 3-15.
- Matos, M. G., & Equipa do Projecto Aventura Social e Saúde (2010). *A saúde dos adolescentes portugueses: relatório do estudo HBSC*. Lisboa: Edições FMH.
- Matos, M. G., Carvalhosa, S. F., Reis, C., & Dias, S. (2001). *Os jovens portugueses e o álcool*. 7, 1. Retirado em Outubro 2, 2010, a partir de <http://www.fmh.utl.pt/aventurasocial/pdf/alcool.pdf>.
- Mello, M. L., Pinto, A. P., Frazão, M. H., & Rocha, J. P. P. (1988). *Manual de alcoologia para o clínico geral*. Coimbra: Editora Delagrange.
- Muisener, P. (1994). *Understanding and Treating Adolescent Substance Abuse*. London: Sage Publications.
- Pinsky, I. (2009). *Publicidade de bebidas alcoólicas e os jovens*. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro.
- The International Bank for Reconstruction and Development (2006). *World development report 2007: development and the next generation*. Washington, DC: The World Bank.