

Alguns fatores que influenciam o consumo precoce de álcool

KAIRON PEREIRA DE ARAÚJO SOUSA*

Os principais problemas enfrentados hoje pelo mundo só poderão ser resolvidos se melhorarmos nossa compreensão do comportamento humano. (SKINNER, 1974)

Resumo:

O álcool é a droga psicoativa mais comum entre os adolescentes, e diversos fatores estão relacionados ao consumo precoce da substância por esse público-alvo. Neste artigo, analisaremos alguns dos fatores associados ao consumo precoce de bebidas alcoólicas pelos menores de idade.

Palavras-chaves: Álcool; Fatores; Precoce.

Abstract:

Alcohol is the most common psychoactive drugs among adolescents, and several factors are related to the early use of the substance for this target audience. In this article, we will examine some of the factors associated with early alcohol consumption by minors.

Key words: Alcohol; Factors; Precocious.



* **KAIRON PEREIRA DE ARAÚJO SOUSA** é graduado em Psicologia (UESPI) e Filosofia (UFPI), com especialização em Ensino de Filosofia no Ensino Médio (UESPI) e em Saúde da Família (UFPI); Mestrando em Psicologia pela UFPI.

Introdução

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a adolescência é o período do ciclo da vida que se estende dos 10 aos 20 anos de idade (OMS apud ALAVARSE; CARVALHO, 2006, p. 409). Por outro lado, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) define essa fase, como a etapa que compreende dos 12 aos 18 anos.

Trata-se de um estágio de transformações biológicas, físicas e psicológicas, em alguns¹ casos, vivenciado como “um momento conturbado na trajetória do jovem, podendo gerar conflitos pessoais, familiares e sociais” (ALAVARSE; CARVALHO, 2006), representando uma época de descobertas, mudanças de humor, desenvolvimento de atitudes extremas, fragilidade e/ou vulnerabilidades (FONSECA et al., 2013), e busca de afirmação da identidade ou individualidade.

Conforme Alavarse e Carvalho (2006, p. 409), “os adolescentes são contestadores e curiosos, portanto, mais sujeitos aos comportamentos de risco.



Esses comportamentos na adolescência envolvem o uso de álcool”.

De acordo com Gigliotti e Bessa (2004), o álcool é a droga mais utilizada pelos adolescentes, e a idade de consumo da substância por esse público vem diminuindo, o que torna maior a possibilidade de dependência em fase adulta. Esse cenário é preocupante, uma vez que, como pontuam Strauch et. al (2009, p. 648), “a precocidade no início do uso de álcool é um dos fatores preditores mais relevantes em futuros problemas de saúde, socioculturais e econômicos”.

Pechansky, Szobot e Scivoletto (2004) alertam que o uso precoce do álcool pelos menores de idade está associado a comportamentos de risco: acidentes, abusos sexuais, formação de gangues, violência, etc. Além disso, Strauch et. al (2009, p. 648) destacam que a longo prazo, o uso da droga, “pode levar ao suicídio e a doenças crônicas, incluindo desordens mentais, câncer, hipertensão arterial sistêmica,6 obesidade, acidente vascular cerebral, [...]”.

Por esta forma, o consumo de álcool pelos adolescentes é um problema de saúde pública que merece atenção, tendo em vista que a droga interfere na dinâmica do ciclo de vida dos jovens em processo de transformação biopsicossocial. Nesse sentido, é fundamental que a sociedade esteja consciente a respeito dos motivos e/ou fatores relacionados ao consumo de álcool pelos jovens menores de idade, uma vez que, somente através de um esforço coletivo entre profissionais, população e autoridades públicas, é possível desenvolver recursos de modo

¹ É importante desmistificar a ideia preconizada por algumas abordagens de psicologias que atribuem características universalizantes à adolescência, como se esta fosse semelhante em todas as culturas, ou mesmo, de que a adolescência, em si, representa uma fase obrigatoriamente conflituosa. Neste ponto, como indicam Frassetto e Jimenez (2015, p. 416), “a compreensão psicossocial da adolescência é contrária à ideia evolucionista da adolescência como momento ou etapa da evolução e propõe apreendê-la enquanto agenciamento do processo social e histórico humano ou construção social e cultural que desencadeia efeitos psicológicos distintos”.

a enfrentar esse paradigma avassalador que põe em risco o desenvolvimento saudável dos adolescentes.

Este artigo tem como objetivo discutir alguns dos fatores relacionados ao consumo precoce de bebidas alcoólicas pelos menores de idade, tomando, portanto, como base a seguinte questão: quais são os fatores associados ao consumo precoce de álcool pelos adolescentes?

A etiologia

A etiologia do consumo de álcool pelos adolescentes é multifatorial, isso significa que não existe uma causa única capaz de explicar com precisão os motivos que os levam a ingerir a droga precocemente. Estudos, entretanto, apontam como fatores de risco: contexto familiar desestruturado, influência dos pares, o fácil acesso da substância, influência da mídia e o uso do álcool para obtenção de prazer ou associado à diversão (FRASSETO; JIMENEZ, 2015; PECHANESKY; SZOBOT; SCIVOLETTO, 2004).

Com base nestas informações, procuraremos refletir ao longo deste artigo sobre cada um desses elementos.

O fácil acesso às bebidas alcoólicas

Apesar da venda ou distribuição de álcool para os menores de 18 anos de idade ser inibida por lei (Art. 243 da Lei 8.069/90), nota-se um consumo crescente da substância por essa parcela da população, em diferentes contextos sociais - escola, festas, entre o grupo de amigos, etc. - (DUAILIBI; LARANJEIRA, 2007), o que indica que a legislação não representa um obstáculo ao acesso à droga.

A exposição excessiva às bebidas alcoólicas (disponibilidade) e a falta de fiscalização pelos órgãos responsáveis (conselho tutelar, polícia, mistério

público, entre outros) são fatores que colaboram para a disseminação de álcool entre os adolescentes. Deste modo, quanto menor o custo, maior a acessibilidade e a conveniência, mais elevado será o consumo e conseqüentemente os problemas relacionados a ele (DUAILIBI; LARANJEIRA, 2007).

Os adolescentes, normalmente, encontram facilidade para comprar o álcool, obtendo acesso maior ao produto no mercado informal, como, por exemplo, em estabelecimentos não regulamentados pelos órgãos públicos. Essa situação indica a necessidade de uma intensificação no trabalho de prevenção à venda ilegal de álcool aos menores de idade, de forma a impedir o fácil acesso da droga por eles, que ocorre, principalmente, pela oferta “de bebidas de baixo custo, em inúmeros pontos de venda, com teor alcoólico e sabores camuflados [...]” (DEPARTAMENTO DE ADOLESCÊNCIA DA SBP, 2007, p. 10).

No que diz respeito à essa disponibilidade do produto, Duailibi e Laranjeira (2007) destacam a inevitabilidade de uma regulamentação e limitação do acesso à substância. Neste ponto, são relevantes as sugestões apontadas pelos autores, como a questão da delimitação dos postos de venda, com distanciamento de zonas sociais, como, por exemplo, as escolas. Além da possibilidade de redução da densidade de vendas, indicação de idade mínima de acesso ao álcool, definição de dias e horários de disponibilização do produto para a compra, estabelecimento de serviços de venda responsáveis e desenvolvimento de mecanismos de licenças (DUAILIBI; LARANJEIRA, 2007).

Estas medidas são fundamentais, como esforços na tentativa de enfrentamento da problemática, contudo, não são capazes, de forma isolada, de apresentarem soluções definitivas ao acesso e consumo precoce de álcool pelos adolescentes. Mesmo diante da legislação formulada para evitar o consumo da droga por esse público-alvo, seu uso entre eles, como sinalizam Silva e Padilha (2013), continua aumentado, o que demonstra que ações de contracontrole estão sendo empreendidas de modo a esquivar-se desses dispositivos de controle social (leis, fiscalização dos órgãos competentes, etc.).

A influência dos amigos

É um comportamento típico, durante a adolescência, os jovens se inserem em novos grupos sociais. Assim, se durante a infância passavam mais tempo convivendo com os membros da família, é comum, nesse período de transição, a grupalização com os pares. Estes, todavia, passam a exercer uma influência sobre o comportamento do adolescente. Segundo Bock, Furtado e Teixeira (2002, p. 106), “o grupo de amigos é um importante referencial para o jovem, determinando o vocabulário, as vestimentas e outros aspectos de seu comportamento”.

Desta forma, em boa parte do tempo o adolescente convive com os pares, através da grupalização. Cada grupo possui suas normas, formas de interagir e agir no mundo, exercendo um forte controle no adolescente, determinando suas atitudes e exigindo dele comportamentos que demonstrem seu compromisso para com a tribo².

Nesse contexto, o jovem tem sua primeira experiência com o álcool, normalmente, entre os amigos, seja por

² Utilizamos o termo como sinônimo de grupo.

curiosidade ou mesmo pela pressão que os mesmos mantêm sobre ele (PECHANSKY; SZOBOT; SCIVOLETTO, 2004). Em uma pesquisa realizada com adolescentes participantes do Projeto Tribos Urbanas da Prefeitura de Belém-PA, um dos entrevistados apontou que: “*Outra questão para gente beber é a influência dos amigos, pois para ficar perto dos moleques lá tinha que beber, porque senão era careta, era mocinha, essas frescuras de macho (E2)*” (SILVA; PADILHA, 2013, p. 580).

No relato acima, fica evidente as estratégias persuasivas adotadas pelos pares para influenciar o comportamento do adolescente, induzindo-o ao consumo de álcool, já que esta é a condição de pertencimento à tribo³. Para conseguir tal feito o grupo lança mão de recursos punitivos (“Aqui só fica homem.” “Nós não somos mocinha que não bebe.”) ou de encorajamento (“Bebe! Você vai sentir-se mais feliz e poderoso.”). Verifica-se que a tribo pune o comportamento de não ingerir álcool do adolescente, excluindo-o da turma. Por este motivo, muitos jovens são persuadidos pelos amigos a fazerem uso de bebidas alcoólicas, pois entre eles, o álcool está sempre relacionado com experiências prazerosas (diversão, descontração, poder, etc.), sendo uma forma de socialização, autoafirmação, e símbolo de masculinidade ou maturidade (associação à fase adulta).

O juízo crítico desses adolescentes, em relação às consequências do excesso de bebida alcoólica (acidentes,

³ Conforme pontua Cardoso e Malbergier (2014, p. 66), “[...] a aprovação dos amigos é um fator que influencia muito o modo como o adolescente se comporta [...]”. Deve-se considerar que o adolescente está mais vulnerável a opinião dos demais, tendo dificuldades de se impor ao grupo.

agressividade, comportamento sexual de risco), parasse desativado nesses momentos de diversão, por isso, acreditam que nada pode acontecer com eles. Baseado nesse pensamento incongruente, muitos jovens acabam expondo-se a situações perigosas, dentre elas: trânsito (dirigir em alta velocidade sob efeito do álcool), brigas (violência entre gangues, etc.) e sexualidade (envolvimento sexual sem o uso de preservativos, o que os predispondo à contaminação por doenças sexualmente transmissíveis ou mesmo a gravidez precoce).

Sabe-se que o indivíduo dentro do grupo, em certas ocasiões, acaba realizando comportamentos, os quais, possivelmente, não desenvolveria se estivesse sozinho. Estudos comprovam que o sujeito inserido em uma grupalidade não é mais uma consciência individual, e sim coletiva (DURKHEIM, 1979). Então o adolescente na presença de outros que consomem álcool, embora, muitas vezes, pense em rejeitar a substância, termina sendo influenciado, e o pensamento coletivizado pela tribo é assumido por ele durante o momento de grupalização.

Comportamento alcoolista na família

A família é um grupo social fundamental para o desenvolvimento do ser humano, representando o seu referencial. Ela cumpre funções sociais importantes: cuidado, proteção, socialização, etc. Sabe-se que é no contexto familiar, que possui suas próprias regras, normas e valores, que o indivíduo começa a construir sua personalidade, adquirindo alguns padrões comportamentais similares ao sistema familiar.

Desta forma, a família representa o primeiro grupo social de assimilação de

conhecimentos e crenças que são formulados, compartilhados, imitados e transmitidos, constituindo-se em uma base para um desenvolvimento psicológico e emocional apropriado na fase adulta (ROEHRS; LENARDT; MAFTUM, 2008).

Nesse sentido, “[...] representa forte influência e determina diferenças significativas sobre o estilo em projeção de vida dos adolescentes” (ROEHRS; LENARDT; MAFTUM, 2008, p. 354). O ambiente familiar, portanto, pode se constituir como um fator de proteção, mas também de risco. Neste caso, funcionando como um elemento de estímulo ao consumo precoce de álcool pelo adolescente.

A esse respeito, Roehrs, Lenardt e Maftum (2008) destacam que as práticas culturais presentes na família, dentre elas, a de consumo de drogas lícitas (como o álcool), representam ações disfuncionais que afetam o adolescente, predispondo-o ao contato com a droga.

Pesquisas apontam que a convivência do adolescente em uma família com um ou mais pessoas alcoolistas é um fator influente, pois filhos de pessoas dependentes têm maiores riscos de fazerem uso constante de bebidas alcoólicas (DE MICHELI; FORMIGONI, 2001).

Sobre esta questão, Pechansky, Szobot e Scivoletto (2004, p.16) fazendo referência a Brook e Brook (1996) indicam que:

Falta de suporte parental, uso de drogas pelos próprios pais, atitudes permissivas dos pais perante o uso de drogas, incapacidade de controle dos filhos pelos pais, indisciplina e uso de drogas pelos irmãos são todos fatores predisponentes à maior iniciação ou continuação de

uso de drogas por parte dos adolescentes.

Com base no exposto acima, observa-se a importância de comportamentos funcionais adotados pelos pais, uma vez que estes são modelos para os filhos adolescentes em processo de desenvolvimento. Além disso, o sistema familiar precisa ser conduzido por meio de regras claras, com respeito mútuo entre os membros, definição de papéis e um suporte parental em que estejam evidentes o afeto e a atenção com os filhos.

Portanto, “[...] é necessária uma atitude familiar essencialmente positiva no sentido da alteração de hábitos, e esta deve acontecer primeiramente nos membros adultos [...]” (ROEHRS; LENARDT; MAFTUM, 2008, p. 356). Ora, como discutido anteriormente, eles (pais) são um referencial significativo para o adolescente, a partir do qual o jovem tem uma base para construção de estilos de vida saudáveis ou disfuncionais.

Fuga dos problemas x divertimento

De acordo com Silva e Padilha (2013), por ser um produto consumido por distintos povos e culturas, o álcool adquiriu prestígio mundial, estando associado a significados positivos, simbolizando relaxamento e divertimento, o que implica na concepção da população em relação ao aspecto favorável de seu uso.

Entre o grupo de adolescentes o consumo de álcool costuma estar relacionado à ideia de divertimento (SILVA; DE MICHELI, 2015), mais precisamente com sensações de alegria, desinibição, entusiasmo, liberdade e diminuição da ansiedade.

Por outro lado, o uso também ocorre como forma de se esquivar de fatores estressores. Segundo Silva e De Micheli

(2015), alguns adolescentes utilizam o álcool como forma de evitar ou aliviar sensações desagradáveis como traumas, ansiedade, abuso físico ou sexual, depressão, etc.

Isso indica a falta de habilidades de enfrentamentos dos diversos estressores do meio por estes jovens (baixa resiliência), que diante das situações conflitantes ou mesmo das frustrações que vivenciam, recorrem ao álcool como solução mágica ao problema.

A influência da mídia

A mídia, aqui, representada pelas propagandas ou publicidade, é uma das agências sociais de maior controle sobre a vida dos indivíduos. Ela influencia, decisivamente, à forma de sentir, agir e se comportar dos telespectadores.

Tendo como meta o lucro, exerce seu domínio, desenvolvendo uma intensa necessidade de consumo. Por isso, age de forma meticulosa, recorrendo aos mecanismos disponíveis para modelar o comportamento dos consumidores, uma vez que sem eles o sustento de seu negócio não aconteceria (SOUSA, 2013).

Assim, é comum as propagandas na TV, associando uma determinada marca de cerveja em um ambiente com mulheres bonitas, numa paisagem encantadora, como uma praia, uma ilha, etc. Os anúncios publicitários visam a persuasão do telespectador, para isso utilizam todas as ferramentas de que dispõem, criando um clima convidativo ao receptor, o qual, muitas vezes, não consegue se dar conta de que está sendo capturado pelas armadilhas publicitárias (SOUSA, 2013).

Na TV, é possível observar cotidianamente propagandas de incentivo ao uso de bebidas alcoólicas, criteriosamente construídas, sempre associando a substância a fatores como

sucesso, felicidade, mulheres, etc. Com um super destaque para os aspectos positivos desenhados pela publicidade, com nenhuma referência às consequências ocasionadas pelo uso contínuo ou abusivo do álcool.

Ora, a publicidade da substância visa estimular seu consumo, portanto, as propagandas, de forma criativa, procuram vincular uma imagem favorável em relação ao produto, de modo a motivar o consumidor a usar a droga. Ademais, nota-se que a publicidade acabou criando um estilo de vida em relação ao uso de bebidas alcoólicas, que aos poucos foi incorporado pelo receptor passivo dos anúncios publicitários, de modo que consumir álcool passou a ser algo relativamente comum (condição de pertencimento, *status*, etc.).

Para Pechansky, Szobot e Scivoletto (2004), a mídia influencia o consumo de álcool pelos adolescentes, e através da exposição de imagens atrativas do produto, que ocupam o maior tempo durante a propaganda, contribui para a formação de uma visão positiva em relação à substância.

Muitos adolescentes, que têm acesso aos anúncios publicitários, acabam sendo condicionados a perceberem o álcool como um produto que pode lhes conferir realizações pessoais e sociais (amizades, inclusão social, *status*, momentos de prazer, etc.), o que estimula o desejo pela droga, em um período da vida, onde a curiosidade e a experimentação são características presentes.

A exposição dos adolescentes às propagandas midiáticas, que trazem em seus anúncios uma verdadeira exaltação à cultura do consumo de bebidas alcoólicas, representa um fator de risco elevado, principalmente se

considerarmos que esta exposição pode induzir ao uso precoce e aumentar a probabilidade de dependência em fase adulta (PINSKY; SILVA, 1999).

Conforme Pinsky e Jundi (2008), a propaganda da cerveja no Brasil é frequente, tendo como alvo preferencial os adultos jovens e os adolescentes. Neste contexto, segundo Pechansky, Szobot e Scivoletto (2004), apesar dos mecanismos de controle, como o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – CONAR, que visa regulamentar as propagandas direcionadas aos jovens, com definição de regras e parâmetros para restringir as propagandas de álcool e imagens voltadas para eles, é perceptível “a desproporção entre este esforço versus o gigantesco impacto da propaganda sobre o consumo de bebidas alcoólicas entre os jovens”. E, além disso, “está desproporção é visível na comparação entre as belas imagens produzidas na mídia [...]” (Pechansky; Szobot; Scivoletto, 2004, p. 15).

Por isso, Pinsky e Jundi (2008, p. 372) indicam “que a redução da exposição à publicidade tem impacto positivo e proporcional, ainda que não de forma linear, sobre o consumo de álcool, principalmente entre os mais jovens, justamente a população mais vulnerável”. A questão, aqui, seria: como realizar tal redução?

Ora, existe uma indústria cultural fortemente mobilizada para a divulgação e manutenção desse estilo de vida (consumo de bebidas alcoólicas), e apesar dos mecanismos de controle, tem realizado ações, às vezes, imperceptíveis⁴, para modelar o

⁴ Para tanto, basta observamos como o produto, seja no supermercado ou em outros locais de venda, é colocado estrategicamente em pontos de grande circulação de pessoas, ficando

comportamento do adolescente em relação ao produto, isto é, o álcool.

Considerações finais

O consumo de álcool pelos adolescentes é uma situação preocupante. Além de figurar como porta de entrada para o uso de outras drogas, o álcool também prejudica o desenvolvimento psicológico, físico e social do adolescente. Sendo assim, são fundamentais ações de intervenção através de políticas públicas, com foco na prevenção e/ou combate ao problema. Como discutido ao longo do texto, o consumo precoce de álcool entre os jovens menores de idade está relacionado a diferentes fatores, não tendo uma causa única.

Quanto ao primeiro fator: o fácil acesso da substância pelo público adolescente. Verifica-se que essa situação demanda uma maior fiscalização pelos órgãos públicos responsáveis, com ações não apenas punitivas, como é o caso das multas, mas, sobretudo, educativas. Entende-se que não basta apenas penalizar. É preciso o desenvolvimento de campanhas educativas que conscientizem os proprietários dos estabelecimentos que vendem álcool (alguns pais de família) a respeito dos problemas que o uso precoce pode ocasionar ao adolescente e, de forma geral, a toda sociedade.

Em relação a influência do grupo de amigos, nota-se a necessidade do desenvolvimento de medidas que estimulem um pensar mais autônomo do adolescente, de modo que ele consiga resistir às pressões do grupo, encorajando sua inserção em outras grupalidades mais funcionais ou protetivas (as palestras ou rodas de conversas com este público são

facilmente visível ao consumidor, em embalagens cada vez mais atrativas.

momentos propícios para a realização dessa tarefa). Ademais, quando se propõe a prevenir o uso precoce de álcool com esse público, deve-se, justamente, partir da relação destes com os pares, pois como já mencionado no texto, muitos adolescentes iniciam o consumo de álcool, influenciados pelos amigos.

A família é um grupo social indispensável à formação social do ser humano, contudo, o sistema familiar desestruturado, caracterizado pelo rompimento dos laços afetivos, conflitos entre os seus membros, etc., pode representar um fator de risco ao uso precoce de álcool pelos adolescentes. Essas situações indicam a necessidade de intervenção junto às famílias, de forma a reconstruir os vínculos afetivos, minimizando a violência e a agressividade no lar. Compreende-se que, o sistema familiar fragmentado precisa ser ressignificado, para que funcione como um elemento de proteção. Contextos familiares com laços afetivos estáveis, com pais que mostram interesse pela vida dos filhos, acompanhando e dando suporte a eles nas mais variadas situações sociais, diminuem a probabilidade do consumo abusivo de álcool.

Sobre a questão do uso de álcool pelos adolescentes como recurso de fuga dos problemas cotidianos, observa-se a importância dos pais ou familiares no processo de educação do adolescente, orientando-o sobre os problemas da vida, ou seja, conscientizando-o de que na nossa existência surgem dificuldades em vários momentos e que temos que saber lidar com elas, buscando soluções adequadas. Isso implica, também, em intervenções que auxiliem os jovens a enfrentarem os percalços da vida, sem terem que recorrer à droga, uma vez que esta não resolve o problema que os

mesmos vivenciam, apenas mascara, brevemente, a situação que pode retornar com mais intensidade. A escola e demais dispositivos da rede de atenção e cuidado ao adolescente têm papel importante nesse processo de conscientização.

Outro ponto relevante é a desconstrução da visão, na qual o álcool aparece como sinônimo de diversão. Tal tarefa, entretanto, não é fácil, uma vez que estamos imersos em uma sociedade que foi condicionada a associar diversão ao uso de álcool, como se fosse impossível ser divertir, ou seja, reunir os amigos, festejar ou comemorar algo (natal, ano novo, uma aprovação no vestibular, à conquista de um emprego ou a promoção no trabalho, etc.) sem a presença da droga. O desafio, então, é fazer com que os jovens entendam que é possível se divertir sem usar álcool. Uma proposta complexa, quando consideramos a imensa rede publicitária mobilizada para manter essa alienação.

Quanto a influencia da publicidade, alguns esforços foram empreendidos, como é o caso das ações de regulamentação realizadas pelo CONAR. Entretanto, mesmo com essas medidas, percebe-se um forte impacto da publicidade no público adolescente, já que as propagandas do álcool, cada vez mais sedutoras e convidativas, são vinculadas cotidianamente na mídia, com destaque para a TV. Mesmo que a publicidade dessa substância fosse definitivamente vetada através de mecanismos legais, uma cultura de consumo do álcool, construída ao longo dos anos, não seria alterada com facilidade. Destarte, a indústria cultural, cuja meta é o lucro, longo atuaria no desenvolvimento de outros modos de divulgação do álcool ao público consumidor. Aliás, essa ação já ocorre, uma vez que a publicidade do produto

não é efetuada apenas através das mídias de massa, ela está em variados contextos. No supermercado e outros pontos de venda, é possível notar o produto estrategicamente posicionado em locais de grande circulação.

Portanto, enfrentar o capital industrial colocado a serviço da manutenção do consumo de álcool, não é simples. Promover a formação de multiplicadores de estilos de vida saudáveis, com valorização dos aspectos positivos da vida, desvinculados do álcool, desde os anos iniciais da educação formal, pode ser um passo em direção à mudança desta cultura do uso de álcool.

Referências

- ALAVARSE, G. M. A.; CARVALHO, M. D. de. B. Álcool e adolescência: o perfil de consumidores de um município do norte do Paraná. *Esc Anna Nery Rev Enferm*, v.10, n.3, p.408-416, 2006.
- BRASIL. Leis e Decretos. Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da criança e do Adolescente e da outra providencia. Brasília. Congresso Nacional. 1990.
- BOCK, A. M. B.; FURTADO, O.; TEIXEIRA, M. de. L. T. **Psicologia: uma introdução ao estudo de psicologia**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CARDOSO, L. R. D.; MALBERGIER, A. A influência dos amigos no consumo de drogas entre adolescentes. *Estudos de Psicologia*, v. 31, n.1, p. 65-73, 2014.
- DE MICHELI, D; FORMIGONI, M.L.O.S. As razões para o primeiro uso de drogas e as circunstâncias familiares preveem os padrões de uso futuro? *Jornal Brasileiro de Dependência Química*, v. 2, n.1, p. 20-30, 2001.
- DEPARTAMENTO DE ADOLESCÊNCIA DA SBP. Uso e abuso de álcool na adolescência. *Revista Adolescência & Saúde*, v. 4, n. 3, 2007.
- DUAILIBI, S.; LARANJEIRA, R. Políticas públicas relacionadas às bebidas alcoólicas. *Rev. Saúde Pública*, v.41, n.5, p. 839-48, 2007.
- DURKHEIM, E. *Da Divisão do Trabalho Social*. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

FONSECA, F. F.; SENA, R. K. R.; SANTOS, R. L. A. dos.; DIAS, O. V.; COSTA, S. de M. As vulnerabilidades na infância e adolescência e as políticas públicas brasileiras de intervenção. **Rev. Paul. Pediatria**, v. 31, n. 2, p. 258-64, 2013.

FRASSETO, F. A.; JIMENEZ, L. Interface entre drogas, criminalidade e adolescência: notas para compreensão do modelo legal vigente. In: Ministério da Justiça, Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas. Integração de Competências no Desempenho da Atividade Judiciária com Usuários e Dependentes de Drogas, 2ª Ed, Brasília, 2015.p. 411-442.

GIGLIOTTI, A.; BESSA, M. A. Síndrome de Dependência do Álcool: critérios diagnósticos. **Ver. Bras. Psiquiatria**. São Paulo, v. 26, Supl. I, p. 11-13, 2004.

PECHANSKY, F.; SZOBOT, C. M.; SCIVOLETTO, S. USO de álcool entre adolescentes: conceitos, características epidemiológicas e fatores etiopatogênicos. **Rev. Bras. Psiquiatria**. São Paulo, v. 26, Supl. I, p.14-17, 2004.

PINSKY, I.; JUNDI, S. A. R. J. El. O impacto da publicidade de bebidas alcoólicas sobre o consumo entre jovens: revisão da literatura internacional. **Rev. Bras. Psiquiatria**, v. 30, n. 4, p. 362-374, 2008.

PINSKY, I.; SILVA, M. T. A frequency and content analysis of alcohol advertising on

Brazilian television. **Journal of studies on alcohol**, v. 60, n. 3, p. 394-399, 1999.

ROEHRS, H.; LENARDT, M. H.; MAFTUM, M. A. Práticas culturais familiares e o uso de drogas psicoativas pelos adolescentes: reflexão teórica. **Esc Anna Nery Rev Enferm**, v. 12, n. 2, p. 353-357, 2008.

SILVA, E. A. da; DE MICHELI, D. Família: uso e abuso de drogas – entre o risco e a proteção. In: Ministério da Justiça, Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas. Integração de Competências no Desempenho da Atividade Judiciária com Usuários e Dependentes de Drogas, 2ª Ed, Brasília, 2015.p. 275-292.

SILVA, S. É. D.; PADILHA, M. I. O alcoolismo na história de vida de adolescentes: uma análise à luz das representações sociais. **Texto Contexto Enferm**, v. 22, n. 3, p. 576-84, 2013.

SOUSA, K.P.A. Adorno e Horkheimer: uma visão crítica sobre a indústria cultural. **Revista aproximação**, v.1, n.4, p. 63-75, 2013.

STRAUCH, E. S.; PINHEIRO, R. T.; SILVA, R. A.; HORTA, B. L. Uso de álcool por adolescentes: estudo de base populacional. **Rev Saúde Pública**, v. 43, n. 4, p. 647-55, 2009.

Recebido em 2016-09-07
Publicado em 2017-06-07