



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E O PAPEL DA ESCOLA NO CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS ENTRE ADOLESCENTES

Ana Neri Cypriano*
(UESB)

Rosana Sousa Santana**
(UESB)

Luci Mara Bertoni***
(UESB)

RESUMO

Este artigo versa sobre a influência da mídia no consumo de bebidas alcoólicas entre adolescentes. O nosso objetivo, neste trabalho, é mostrar a forma envolvente com que a mídia consegue induzir os adolescentes à experimentação do álcool, de forma prematura, o que pode trazer malefícios aos mesmos e aos que convivem com ele. Afinal, o álcool por ser uma droga lícita pode ser, em alguns casos, a porta de entrada para o consumo de drogas ilícitas ou desencadeadora do alcoolismo.

PALAVRAS CHAVES: Adolescência, Bebida alcoólica, Mídia.

INTRODUÇÃO

Partindo do pressuposto de que a adolescência é uma fase de transição, pretendemos neste trabalho apontar a forma envolvente com que a mídia se

* Pedagoga e membro do GEPAD – Museu Pedagógico: estudos e pesquisas sobre álcool e drogas. E-mail: anna_nery13@hotmail.com

** Pedagoga e membro do GEPAD – Museu Pedagógico: estudos e pesquisas sobre álcool e drogas. E-mail: rosasousan@hotmail.com

*** Professora Adjunta do DFCH/UESB. Doutora em Educação Escolar e coordenadora do GEPAD. E-mail: profaluci.mara@hotmail.com



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

aproveita disso para atrair cada vez mais cedo os adolescentes ao uso excessivo do álcool.

Achamos relevante abordar o tema em questão por ter verificado por meio de algumas leituras que os adolescentes estão se envolvendo de forma precoce no mundo do álcool. Além disso, foi também por constatar que o álcool, que é considerado uma droga lícita, pode abrir caminho para o consumo de drogas ilícitas. O que por conta da concorrência existente no tráfico, bem como pela repressão do Estado através da “guerra às drogas” tem levado os consumidores à morte prematura.

Em 1967, a Organização Mundial de Saúde (OMS), catalogou o alcoolismo como uma doença física, mental e social, pois, já se observava o poder do álcool em fazer consumidores e dependentes. Constatou-se que seu uso abusivo afeta não apenas o usuário, mas também a família, os amigos e o trabalho.

De acordo com o Ministério da Saúde (BRASIL, 2010), 80% das adolescentes entram em contato com bebidas alcoólicas pelo menos uma vez na vida. E, conforme dados da Previdência Social, o alcoolismo ocupa o quarto lugar na lista das doenças que causam afastamento do trabalho.

Por serem acessíveis e lícitas, as bebidas alcoólicas são consumidas na mesma proporção entre adolescentes, independentemente da posição social, e alguns começam a beber por volta dos 10 anos, podendo aos 20 anos terem se tornado alcoolistas. Além do conceito popular, de ser uma droga “inofensiva”, a comercialização de bebidas alcoólicas passa despercebida pela fiscalização, pois não percebemos o cumprimento do ECA (BRASIL, 1990) que proíbe a venda de bebidas alcoólicas para crianças e adolescentes, quando em seu art. 81 dispõe que é “proibida a venda de bebidas alcoólicas e de produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida, à criança e ao adolescente”. O art. 243 do ECA tipifica como criminosa a conduta de



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

quem vende, fornece, ministra ou entrega, de qualquer forma, à criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida. Neste sentido, podemos considerar, também, a influência massiva da mídia, que por meio de propagandas, tem como alvo, consumidores cada vez mais jovens (POSTMAN, 1999, p.98 apud BERTONI, 2007).

Sabemos que essas campanhas publicitárias para vender bebidas alcoólicas, acabam sendo nocivas aos adolescentes, nesta fase da vida, pois são facilmente influenciados por propagandas veiculadas especificamente pela televisão que utiliza artistas, atletas e modelos em cenários coloridos e belos, associados ao uso de bebidas alcoólicas, sendo as cervejas as mais comuns.

De acordo com Mostazo (1998), os especialistas em adolescentes dependentes químicos acreditam que uma das causas do consumo precoce do álcool esteja relacionada a essas propagandas comerciais veiculadas na televisão, que vêm influenciando, alterando e manipulando fortemente o comportamento dos indivíduos para diversos fins, sendo as crianças e os adolescentes mais vulneráveis. Deve-se levar em consideração que a televisão tem papel predominante por ser o veículo de comunicação mais acessível em todas as classes sociais, além de ser mediadora de informações persuasivas para os jovens. A televisão é um meio de comunicação que está presente no cotidiano juvenil, tem um caráter apelativo que seduz, utiliza efeitos audiovisuais e exerce uma poderosa influência sobre nossa cultura ocidental moderna (MORAN, 1991, p.72).

Zagury (1996), afirma que a televisão é a segunda opção de lazer dos adolescentes, ficando apenas atrás do hábito de ouvir música. As emissoras de televisão não vêm demonstrando interesses em explorar suas potencialidades educativas, ela apresenta apenas aquilo que trará retorno financeiro sem

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

considerar a qualidade da programação ou o conteúdo das mensagens repassadas, que nem sempre estão adequadas aos horários em que são apresentadas.

Segundo Bertoni (2007), as campanhas publicitárias voltadas para a venda de cervejas têm como principal objetivo atingir interesses econômicos das indústrias que encontram na mídia um meio ideológico, capaz de conquistar novos consumidores, de forma que estes não tenham uma visão crítica acerca do produto. Criam-se assim falsas necessidades, levando os adolescentes ao consumismo. Ainda de acordo com a autora, as propagandas comerciais de cerveja procuram difundir uma imagem deturpada dos seus produtos associando-os a eventos esportivos, culturais, pessoas saudáveis, beleza, aventura, juventude, estilo de vida de pessoa famosa, mostrando uma imagem positiva do álcool, incentivando o consumo precoce.

Para Rappaport (2001), muitos dos comerciais de bebidas alcoólicas vinculam seus produtos à riqueza, sucesso e prestígio, mascarando os verdadeiros interesses dessas indústrias, pois não é o consumo que fará com que os adolescentes se tornem bem sucedidos em seu grupo social, já que os mesmos, principalmente os rapazes, associam a masculinidade, a virilidade e a maturidade ao consumo do álcool.

Enquanto os meios de comunicação, principalmente a televisão, inserem de forma massiva propagandas que incentivam o consumo de bebidas alcoólicas, as campanhas de prevenção realizadas pela escola são ações esporádicas com um discurso por vezes moralista e preconceituoso o que implica no desinteresse dos adolescentes sobre a prevenção ao uso de drogas, sexo seguro etc.

Percebemos que os trabalhos de prevenção realizados nas escolas não surtem os efeitos preventivos de fato, porque ela não tem considerado o adolescente como um sujeito permeado por aspectos históricos e sociais. Afinal, entender que a escola não é uma fonte essencial das desigualdades sociais, nem



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

reflete passivamente a ideologia dominante é defender que há, na instituição escolar, intencionalidades, finalidades, utilidades que lhe permitem reinterpretar, ressignificar a ideologia ao difundi-la ou transmiti-la.

Nessa perspectiva, como instituição estatal a escola pública acaba reproduzindo o discurso e as ações repressoras do estado. Em nossa compreensão o desafio que se coloca para a escola com relação à prevenção ao uso de drogas requer posturas e práticas dialógicas, com a participação de diferentes segmentos sociais.

O professor, com base no cotidiano da escola, pode e deve criar situações pedagógicas para promover as mudanças necessárias. O que mais aflige o educador no cotidiano da sala de aula são as situações imprevisíveis, que o fazem “perder o controle”. É importante que o professor organize uma rede de relações no contexto escolar para potencializar o desenvolvimento das pessoas. A participação ativa dos alunos nessa rede de interações fará com que eles experimentem papéis e ações que podem promover uma construção de conhecimentos partilhados e coletivos.

Vale ressaltar, que proibir apenas os adolescentes de beber como forma de prevenção do alcoolismo na adolescência não adianta enquanto existirem bebidas alcoólicas de fácil acesso, é necessário que haja uma sensibilização para a promoção da saúde e da segurança. Como sugestão, as escolas podem realizar seminários didáticos e interativos onde se expõem os perigos e danos do uso e abuso do álcool. Além disso, incentivar atividades recreativas e desportivas para os adolescentes ocuparem o seu tempo livre (fora das horas de estudo), também pode ser uma boa forma de ocupação para eles.

É fundamental que todos os adolescentes tenham uma visão crítica sobre os danos que o álcool pode provocar no corpo físico e que a dependência e abuso podem causar danos irreversíveis nas suas vidas, assim, devidamente esclarecidos



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

sobre os danos causados pelo álcool, eles poderão tomar as suas decisões e responsabilizar-se pelas suas opções.

Nesse sentido, é essencial que as práticas educativas no que se refere à prevenção ao uso de drogas se fundamentem na premissa de que a escola assim como sociedade em geral não é o lugar da harmonia, mas, sobretudo, o lugar dos conflitos e dos confrontos, e que as questões relacionadas às drogas perpassam por diferentes esferas: políticas, econômicas, relações sociais saúde, religião e também por valores culturais.

REFERÊNCIAS

BERTONI, Luci Mara “**Se beber não dirija**”: representações sociais de universitários sobre as propagandas televisivas de cerveja. 2007. Tese de doutoramento Programa de Pós-graduação em Educação Escolar. Faculdade de Ciências e Letras Universidade Estadual Paulista. Araraquara, 2007.

BRASIL. Lei Federal n.8069, 13 de julho de 1990. Esta Lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente.

_____. Ministério da Saúde. Disponível em <<http://www.saude.gov.br>>. Acesso em 13 jun. 2010.

MORAN, J. M. **Como ver televisão**: leitura crítica dos meios de comunicação. São Paulo. Paulinas, 1991.

MOSTAZO, R. R. O Álcool na adolescência. In: **Mundo Jovem**. n. 286, p 1-7. São Paulo, 1998.

RAPPAPORT, C. R. Drogas. In _____. **Encarando a Adolescência**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2001. p. 78-89.

ZAGURY, T. **O adolescente por ele mesmo**. Rio de Janeiro: Record,1996.