

A INFLUÊNCIA DO CONTEXTO SOCIAL NO AUMENTO DO CONSUMO DE ÁLCOOL NO PÚBLICO UNIVERSITÁRIO.

Larissa Scaravelli Leite, Nilma Renildes da Silva, Camila Soares Spolaor, Karina Laurenti Ferreira, Michele Rossini Mutton, Patrícia Ramos Angeloni – Humanas – Psicologia – Departamento de Psicologia – Faculdade de Ciências – Campus de Bauru.

Segundo estudo da Organização Mundial de Saúde (OMS, 1999), o Brasil está situado no 63º lugar do uso *per capita* de álcool na faixa etária de 15 anos, entre 153 países, um consumo razoavelmente discreto. Porém, quando a OMS compara a evolução do consumo *per capita* entre as décadas de 1970 e 1990, em 137 países, o Brasil apresenta um crescimento de 74,5% no consumo de bebidas alcoólicas. Beber pesadamente, mesmo que não todo dia, é um hábito que ganha adeptos a partir de idades cada vez menores. Uma pesquisa da Organização das Nações Unidas para a Educação (Unesco) com 50 mil estudantes brasileiros do ensino fundamental e do médio mostrou que 34,8% deles tomam bebidas alcoólicas – o que representam cerca de 17,4 milhões de jovens.

De acordo com dados da ONU, sabe-se que em todo o mundo, uma em cada oito pessoas que bebem regularmente vira alcoolista. O temor principal dos profissionais da saúde é também em relação aos problemas de saúde que o vício acarreta (cirrose hepática, intoxicações agudas e repetidas, danos no fígado como o *delirium tremens*, tremedeiras, alucinações, dores pelo corpo, câncer no sistema digestivo, podendo causar também danos cerebrais), além de ser causa de 47% dos acidentes de trânsito, ser responsável por 41% dos casos de homicídios entre jovens no país e aumentar a violência/criminalidade.

No Brasil, cerca de 10% da população produtiva, entre 15 e 65 anos é vítima de alcoolismo e isso custa ao país, algo entre R\$ 55 a 60 bilhões por ano em tratamentos, internações, faltas ao trabalho, aposentadorias e mortes prematuras. Nas universidades a situação não é diferente: a população universitária teria algo em torno de 250 mil dependentes de álcool. Em 1996, foi realizado um estudo por Andrade et al sobre o consumo de álcool e drogas entre alunos de graduação da Universidade de São Paulo. Constatou-se que a droga mais usada alguma vez na vida foi o álcool (90,1%), seguido de tabaco (43,3%), maconha (30,6%), solventes (18,2%) e cocaína (7,1%). O sexo masculino foi predominante no uso de drogas em relação ao feminino, assim como o fato de morar sem a família; o período noturno apresentou maior uso de drogas que o diurno. Encontrou-se um perfil de alunos que corresponde à idade entre 20 e 24 anos (60%), solteiro (91%), morando com família (81%), com religião (72%), porém não praticante (61%).

No entanto, percebe-se que há poucos serviços destinados à prevenção e ao tratamento do alcoolismo nas universidades. Os poucos programas que existem não atraem a comunidade universitária, e pior: os dependentes são os mais avessos aos programas. O grande motivo apontado pelos jovens para responder ao alto índice de ingestão é o de que bebendo se sentem menos tímidos e mais sociáveis, mais descontraídos, quebrando o vínculo com a rotina. A geração que vive a adolescência hoje, aprende a ficar estressada mais cedo, já que sua carga horária, principalmente na universidade é maior que nas décadas passadas. Isso sem contar em aulas de inglês, computação, academias, etc. a pressão pelo desempenho aumentou, a perspectiva do mercado de trabalho é de muita competição. Tensos, os jovens aprenderam a relaxar segundo o único modelo à vista: dos adultos, que além de beber admitem, até por honestidade, que usaram drogas na juventude, o que funciona hoje como uma espécie de autorização branca.

As atividades humanas são constituídas por um conjunto complexo de ações e essas são processos nos quais não há uma relação direta entre o motivo e seu objeto. Para Leontiev, o sentido de uma ação é dado por aquilo que liga, na consciência do sujeito, o objeto e o motivo de sua ação. Na atual sociedade, o sentido da atividade produtiva é a lógica econômica de reprodução do capital; a divisão do trabalho e a propriedade privada

produziram uma determinada forma de estruturação da consciência que é caracterizada pela separação entre o significado e o sentido da ação.

No que se refere aos processos psicológicos, a ruptura entre o sentido e o significado das ações humanas tem como uma de suas conseqüências o cerceamento do processo de desenvolvimento da personalidade humana. Isto ocorre porque o indivíduo, por vender sua força de trabalho e, em decorrência disso ter o sentido de sua atividade como algo dissociado do conteúdo dessa atividade, acaba distanciando o núcleo de sua personalidade da atividade de trabalho. O trabalho torna-se algo externo e estranho à personalidade do indivíduo quando, na realidade, deveria a atividade centrar-se em termos do processo de objetivação da personalidade do indivíduo. Sem a possibilidade dessa objetivação, a personalidade fica restrita, limitada em seu desenvolvimento. Igualmente o indivíduo não tem na atividade de trabalho, com raras exceções, algo que o impulsione a se apropriar de conhecimentos, habilidades e valores que o enriqueçam como ser humano.

Neste sentido, o presente estudo tem por objetivo buscar, através das causas sociais e históricas do alcoolismo, compreender os fatores que levam os universitários a praticar o uso abusivo de álcool, partindo-se da premissa de que o contexto no qual os universitários estão inseridos exerce influência sobre o consumo excessivo deste, além de pretender captar o conceito que os mesmos apresentam acerca do uso abusivo e, constatar a alienação destes quanto ao consumo excessivo de álcool, avaliando os motivos e fins associados a tal atividade.

Foi aplicado o questionário AUDIT em 10 universitários da Universidade Estadual Paulista (UNESP), no campus de Bauru. Os estudantes foram escolhidos aleatoriamente, de sexo feminino e masculino, de 18 a 24 anos, selecionando-se cinco participantes com pontuação acima de 16 pontos no questionário, os quais participaram de um grupo focal. O grupo focal é técnica de discussão não-diretiva em grupo, que reúne pessoas com alguma característica ou experiência comum para discussão de um tema ou área de interesse, tendo em foco um determinado assunto, como no caso do projeto de pesquisa em questão, em que a conversa girou em torno do uso abusivo de álcool no público universitário. A discussão não busca o consenso, mas levantar as diferentes opiniões, atitudes, pensamentos e sentimentos, expressos verbalmente ou não, e que dificilmente seriam conseguidos de outra forma. Após essa etapa, realizou-se análise qualitativa dos dados obtidos.

Verificou-se que tanto a frequência quanto o número de doses ingeridas pelos universitários apresentou um aumento considerável quando comparada à fase anterior de ingresso na universidade. E para compreender os motivos pelos quais os jovens e, especificamente os universitários bebem abusivamente, deve ser levado em consideração o modo pelo qual opera a ideologia.

O grupo social é permeado pela ideologia dominante, o que impossibilita a reflexão e pensamento crítico dos indivíduos, determinantes da consciência de si e social que se processa através da linguagem, do pensamento e das ações que o homem realiza ao se relacionar com outros homens.

Os fabricantes de bebidas alcoólicas têm adotado estratégias de comunicação nada éticas, buscando, através de inúmeros artifícios, seduzir os jovens. As propagandas e marketing das bebidas alcoólicas no Brasil são partes integrantes da criação de um clima normatizador, associando-as exclusivamente a momentos gloriosos, à sexualidade e a ser brasileiro, esquecendo-se dos problemas associados.

Um conjunto complexo de ações constitui as atividades dos homens e são por esses processos que ocorre uma ligação direta entre o motivo e seu objeto. É, então, pela divisão do trabalho e pelo surgimento da propriedade privada que se produziu a alienação em que o significado (aquilo que o sujeito faz) encontra-se dissociado do sentido da ação (aquilo que liga, na consciência do sujeito, o objeto de sua ação ao motivo desta ação).

Muitos consumidores de bebidas alcoólicas acreditam ter consciência de que bebem

em excesso, especialmente em ocasiões nas quais querem ter o desempenho social esperado, como, por exemplo, ficar mais à vontade, mais extrovertido, desinibido. Porém, há uma dissociação a respeito das causas que levam a necessidade de apresentar esta postura em público e as consequências que este consumo excessivo de álcool traz tanto do ponto de vista orgânico, quanto psicossocial.

Segundo o documento da OMS, exemplos do mundo inteiro atestaram que a indústria de álcool se vale cada vez mais de associar seus produtos com eventos esportivos, musicais e culturais, promoções baseadas na Internet e outros esforços para apresentar as bebidas alcoólicas como uma parte normal e integral da vida e da cultura dos jovens.

E o fato é que as pesquisas apontam que os jovens tendem a responder a essa mercadologia agressiva de uma forma emocional, mudando suas crenças e expectativas em relação ao beber. Ou seja, a exposição e a apreciação que os jovens desenvolvem pelas propagandas do álcool acabam produzindo um beber mais freqüente e pesado por esse grupo populacional. A mercadologia contribui para os jovens acharem que o beber pesado é bem freqüente e essa percepção acaba criando um clima conveniente para se pensar que esse tipo de beber é considerado normal.

Referências Bibliográficas

- 1) ARAÚJO, L. B. & GOMES, W. B. Adolescência e expectativas em relação aos efeitos do álcool. In: Psicologia: Reflexão e Crítica, v. 11, n. 01, 1998.
- 2) COSTA, J. S. D., SILVEIRA, M. F., GAZALLE, F. K., OLIVEIRA, S. S., HALLAL, P. C., MENEZES, A. M. B., GIGANTE, D. P., OLINTO, M. T. A., MACEDO, S. Consumo abusivo de álcool e fatores associados: estudo de base populacional. In: Revista de Saúde Pública, v. 38, n. 02, abr. 2004.
- 3) DUARTE, N. Formação do Indivíduo, consciência e alienação: o ser humano na psicologia de A. N. Leontiev. Cad. Ceds, Campinas, vol. 24, n.62, 2004.
- 4) GALDURÓZ, J. C. F. & CAETANO, R. Epidemiologia do uso de álcool no Brasil. In: Revista Brasileira de Psiquiatria, v. 26, supl. 1, maio 2004.
- 5) KERR-CÔRREA, F., ANDRADE, A. G., BASSIT, A. Z., BOCCUTO, N. M. V. F. Uso de álcool e drogas por estudantes de medicina da Unesp. In: Revista Brasileira de Psiquiatria, v. 21, n. 02, abr/jun 1999.
- 6) LANE, S.T.N. e CODO, W. Psicologia Social: o homem em movimento. 13ª Edição. São Paulo. Ed. Brasiliense, 1994.
- 7) LEONTIEV. A. O desenvolvimento do psiquismo. In: Aparecimento da consciência humana e sobre o desenvolvimento da história da consciência. 1ª Edição. São Paulo. Ed. Moraes, 1959.
- 8) MARTINS, L.M. A Natureza Histórica-Social da personalidade. Cad. Ceds, Campinas, vol. 24, n.62, 2004.
- 9) MYNAYO, M.O. de S. (org.) Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade. 21ª Edição, Petrópolis. Ed. Vozes, 2002.
- 10) MONTERO, M. Ideologia, Alienacion e Identidad Nacional – uma aproximación psicossocial al ser venezolano. CARACAS. Ediciones de la Biblioteca, 1991.

- 11) RAMOS, S. P. & WOITOWITZ, A. B. Da cervejinha com os amigos à dependência de álcool: uma síntese do que sabemos sobre esse percurso. In: Revista Brasileira de Psiquiatria, v. 26 supl. 1, maio 2004.
- 12) VIEIRA, V. C. R., PRIORE, S. E., RIBEIRO, S. M. R., FRANCESCHINI, S. C. ALMEIDA, L. P. Perfil socioeconômico, nutricional e de saúde de adolescentes em uma universidade pública brasileira. In: Revista de Nutrição, v.15 n.03, set 2002.
- 13) WERBA E OLIVEIRA, Representações Sociais. In: Psicologia Social Contemporânea. Ed. Vozes. Rio de Janeiro. 1998.p.104-117i