

**A ABSTINÊNCIA E O CONSUMO DE ÁLCOOL ENTRE
ESCOLARES: A INFLUÊNCIA DAS ESFERAS PESSOAL, FAMILIAR E SOCIO-CULTURAL**

**ABSTINENCE AND ALCOHOL CONSUMPTION AMONG
STUDENTS: THE INFLUENCE OF PERSONAL, FAMILY AND SOCIO-CULTURAL SPHERES**

**ABSTINENCIA Y CONSUMO DE ALCOHOL EN
ESCOLARES: LA INFLUENCIA DE LAS ESFERAS PERSONAL, FAMILIAR Y SOCIO-CULTURALES**

JORGE BONITO¹

MARA BONÉ²

¹ Universidade de Évora. CIDTFF – Universidade de Aveiro.

(email: jbonito@uevora.pt)

² Agrupamento de Escolas de Monforte

(email: aurorabone@hotmail.com)

Resumo

Introdução: Entre os jovens, o uso regular ou abusivo do álcool parece aliar-se a fatores individuais, em ambiente social. O consumo de bebidas alcoólicas, nas faixas etárias mais jovens, segundo o *World Development Report*, vai além dos 60%. **Objetivos:** Este estudo pretendeu conhecer as influências pessoais, dos familiares, do grupo de pertença e do meio escolar, sobre os hábitos de abstinência e de consumo de bebidas alcoólicas entre os jovens. **Métodos:** Investigação de carácter qualitativo, com recurso a entrevistas compreensivas semiestruturadas, desenvolvido numa escola do distrito de Évora, Portugal. A amostra é constituída por 10 alunos do 8º ano de escolaridade, cinco não consumidores e cinco consumidores. **Principais resultados:** A experimentação acontece entre os 12-14 anos de idade em consequência da curiosidade, motivação explícita ou tácita, para “dar estilo”, do ambiente, da diversão e da observação de comportamentos. Entre os efeitos da ingestão indicados como motivadores ao consumo destaca-se o atingir estados de alegria e boa disposição. Os familiares tendem a incentivar a ingestão moderada em ocasiões festivas. Os elementos do grupo de pertença tendem a motivar, de forma explícita, à ingestão, entre os alunos consumidores. **Conclusão:** A ingestão de bebidas alcoólicas entre os jovens sofre as influências pessoal, familiar e do grupo de pertença. As iniciativas desenvolvidas na escola tendem a não surtir efeito.

Palavras-chave: álcool; jovens; família; grupo de pertença; escola.

Abstract

Introduction: Among young people, regular or alcohol abuse seems to ally with individual factors, which congregate to other generators behaviors health risk, in social environment, including family and school. The consumption of alcoholic beverages in the younger age groups, according to the *World Development Report* goes beyond 60%. **Objectives:** This study aims to know the personal influences of family, of belonging to

the group and the school environment, on the withdrawal and consumption habits among young people. Methods: A qualitative nature of research, using comprehensive semi-structured interviews, was developed in a school district of Evora, Portugal. The sample consists of 10 students from the 8th school grade, five non-consumers-five consumers. Results: The trial takes place between 12 and 14 years old as a result of curiosity, explicit or tacit motivation, "give style", the environment, entertainment and observing behavior. Among the effects of intake indicated as motivators consumption highlight the joy of reaching states and willingness. Family members tend to encourage moderate drinking on festive occasions. The elements of the group of belonging tend to motivate explicitly, the intake among consumers students. Conclusion: The consumption of alcohol among young people suffer the personal, family and belonging group influences. The initiatives in school tend to have no effect.

Keywords: Alcohol; young people; family; group of belonging ; school.

Resumen

Introducción: Entre los jóvenes, el abuso de alcohol parece regular o aliarse con factores individuales, el entorno social. El consumo de bebidas alcohólicas en los grupos de edad más jóvenes, según el World Developement Report va más allá de un 60%. Objetivos: Este estudio tuvo como objetivo conocer las influencias personales de la familia, de grupo y el entorno escolar que pertenece, sobre los hábitos de abstinencia y el consumo de alcohol entre los jóvenes. Métodos: naturaleza cualitativa de la investigación, a través de entrevistas semiestructuradas exhaustivas, desarrollada en una escuela del distrito administrativo de Evora, Portugal. La muestra se compone de 10 estudiantes de 13-14 años de edad, cinco no consumidores y cinco consumidores. Resultados principales: La experimentación con el alcohol se lleva a cabo entre 12-14 años de edad, como resultado de la curiosidad, la motivación explícita o tácita o para "dar estilo", el medio ambiente, el entretenimiento y la observación de la conducta. Entre los efectos de la ingesta indicados cómo fatores motivadores al consumo resalta la alegría de los estados alcance y disposición. Los miembros de la familia tienden a fomentar el consumo moderado en ocasiones festivas. Los elementos del grupo de pertenencia tienden a motivar de manera explícita, la ingesta entre los estudiantes consumidores. Conclusión: El consumo de alcohol entre los jóvenes sufren las influencias personal, familiar y del grupo de pertenencia. Las iniciativas en la escuela tienden a tener poco efecto.

Palabras-clave: alcohol; jóvenes; familia; grupo de pertenencia; escuela.

1. Introdução

O consumo de álcool apresenta-se como uma marca social tendo, por isso, uma dilatada aceitação, em particular no mundo ocidental. Todavia, padrões de consumo que são socialmente aceites ou tolerados correspondem, frequentemente, a excessos, com consequências negativas. Alguns dos efeitos manifestam-se quase imediatamente após a ingestão excessiva como, por exemplo, a sensação de euforia e de desinibição, o estado de sonolência, a visão turva, a redução da capacidade de reação, a fadiga muscular. Outras manifestações podem surgir a longo prazo, alterando de modo crónico diversos órgãos vitais e associar-se a patologia nomeadamente anemia, miocardite, hepatite e hepatopatia, gastrite e avitaminoses. A nível psíquico a perturbação manifesta-se por delírios, insónias, cismas e até encefalopatias com deterioração psico-orgânica.

O consumo excessivo de álcool pode levar a estados de intoxicação etílica, a hipoglicemia, hipotermia e à morte. Manifestam-se comportamentos desadaptados nomeadamente a deterioração da capacidade de raciocínio e da atividade social e mudanças do estado de humor. Entre outras consequências graves, decorrentes do abuso do álcool, nomeiam-se as depressões, os acidentes de viação, a violência familiar, o insucesso escolar, os comportamentos criminosos, perturbação da ordem pública e até o suicídio. Segundo Matos, Carvalhosa, Reis e Dias (2001), a ingestão regular ou abusiva de álcool parece ligar-se a fatores individuais, que se congregam a outros comportamentos impulsioneiros de risco em saúde, em ambiente social, designadamente familiar e escolar.

O aumento do consumo frequente e o facto da iniciação se revelar cada vez mais precocemente (Hibell 2013; Matos et al. 2012) conduziu-nos à atual investigação. Procurámos conhecer a influências das esferas pessoal, familiar e socio-cultural no consumo de bebidas alcoólicas entre os escolares, com vista a contribuir para a conceção de projetos de prevenção que procurem frenar ou a alterar a situação atual.

2. Do consumo de álcool

O início do consumo alcoólico na adolescência pode concorrer, segundo Dawson et al. (2008, citado em IDT, 2010), para um incremento da possibilidade de desencadear problemas associados ao consumo abusivo de álcool na idade adulta, nomeadamente para o risco da dependência. Em 2001, cerca de 30% da população principiou o consumo de bebidas alcoólicas entre os 15-17 anos de idade, tendo essa proporção aumentado para 40% em 2007 (Balsa, Vital, Urbano, Barbio, & Pascueiro, 2008). No estudo *Health Behaviour in School-aged Children* (Matos et al., 2012), numa amostra de 5050 alunos portugueses, 42% dos adolescentes afirmam ter ingerido bebidas alcoólicas pela primeira vez entre os 12-13 anos de idade e cerca de 62% afirma ter experimentado a sua primeira embriaguez por volta dos 14 anos. Os dados do último estudo do *HBSC/WHO* (Matos et al., 2012) dão a conhecer a diminuição do consumo semanal de bebidas destiladas de 1,9% relativamente a 2002, sendo o Alentejo a região portuguesa onde o consumo é de 5,8%, excedendo em 4,1 pontos percentuais a região do Algarve, onde se regista o menor consumo semanal. É no Alentejo que se regista a maior taxa de embriaguez entre os alunos (Feijão, 2010). De acordo com o Inquérito Nacional em meio escolar de 2011, entre os estudantes do 3º ciclo do ensino básico, a experimentação de álcool variou com descidas seguidas de subidas: 67% em 2001, 60% em 2006 e 67% em 2011. O estudo revela a estabilidade da

percentagem da ocorrência de situações de embriaguez (2011 - 13%). A evolução dos consumos atuais à data da recolha de dados (últimos 30 dias) salienta o aumento contínuo de consumidores de cerveja e a estabilidade quanto às bebidas destiladas (Feijão, 2011).

De acordo com Gaudet (2006), a imitação dos pares pode revelar-se como fator de risco ou com fator de proteção para o consumo ou para a abstinência, respetivamente. Estudos realizados por Sieving, Perry e Williams (2000) revelam que os adolescentes com laços de amizade com adolescentes consumidores tendem a adotar o mesmo comportamento e que se verifica a seleção de pares, isto é, adolescentes consumidores procuram pares com o comportamento semelhante ao seu. Capaldi, Stoolmiller, Kim e Yoerger (2009) defendem que a influência dos pais no consumo de bebidas alcoólicas decorre na infância, enquanto os colegas têm um forte domínio sobre problemas de comportamento durante a adolescência. Segundo Steketee, Jonkman, Berten e Vettenburg (2013), a influência dos pares e as normas do grupo de pertença pode alicerçar o consumo de álcool. O desejo de pertencer a um grupo ou a vontade de ser visto como “in” parecem potenciar a ingestão de bebidas alcoólicas em contexto de grupo. Entre rapazes, beber excessivamente é entendido como sinónimo de forte.

Um estudo realizado por Boné e Bonito (2012), com alunos do 12º ano de escolaridade, revela que uma alteração de comportamento no grupo de pertença, tende a modificar o comportamento individual, relativamente à ingestão de bebidas alcoólicas. O grupo funciona como promotor do hábito alcoólico quer de forma ativa quer de forma tácita. Neste estudo destaca-se o grupo de pertença como o elemento mais influente na abstinência ou na ingestão de bebidas alcoólicas. O consumo de comportamento é uma resposta social e não uma ação intencional (Andrews, Hampson & Peterson, 2011). O baixo autocontrole apresenta-se como fator de risco no consumo de álcool entre os jovens, todavia, a sua associação é variável entre os países europeus (Steketee, Jonkman, Berten & Vettenburg, 2013).

As escolas são espaços tendencialmente influentes no desenvolvimento de comportamentos de saúde e de estilos de vida. Uma pesquisa realizada em 25 países europeus, incluindo Portugal, divulga que os alunos que dedicam em casa tempo ao estudo, que revelam gosto pela escola e que definem o seu ambiente escolar como positivo, apresentam menores taxas de prevalência no consumo de álcool e de outras substâncias psicoativas. Todavia, a evasão e a desorganização na vida escolar constituem fatores de risco entre os jovens (Steketee, Jonkman, Berten & Vettenburg, 2013).

3. Métodos

No estudo que apresentamos, procedemos a uma abordagem metodológica que possibilitasse uma aproximação ao fenómeno a partir do interior, aprofundando casos particulares. De acordo com De Bruyne, Herman e De Schoutheete (1984), é adequada uma participação na vida dos sujeitos estudados e uma análise introspetiva. Com base no apresentado, realizámos uma comparação de casos múltiplos (Bogdan & Biklen, 2003; Stake, 1994) com enfoque numa narrativa (Bassey, 2002), que possibilitou a descoberta de convergências e de divergências entre os casos que à partida divergiam pelos seus hábitos. Para Barlow, Nock e Hersen (2009), a lógica implícita nos casos múltiplos é a de antecipar resultados similares (replicação literal) ou a possibilidade de encontrar resultados contrastantes, para razões previsíveis (replicação teórica).

3.1 Amostra

O critério para a seleção dos sujeitos baseou-se na sua recetividade e no seu interesse em participar no estudo. Foi efetuada a auscultação dos alunos pelos diretores de cada turma. Procurámos cinco alunos que se auto considerassem não consumidores de bebidas alcoólicas e cinco alunos que definissem como consumidores. Na Tabela 1 apresentamos os dados referentes aos sujeitos.

Tabela 1 – Caracterização dos sujeitos participantes no estudo.

Consumidor vs. Não consumidor	Casos	Sexo	Idades	Locais de residência
NC	1	F	13	U
	2	F	13	U
	3	F	13	U
	4	F	13	R
	5	F	13	U
C	6	M	14	U
	7	F	13	U
	8	F	13	U
	9	M	14	U
	10	M	15	U

Legenda: NC – não consumidor; C – consumidor; F – feminino; M – masculino; R – meio rural; M – meio urbano.

3.2 Instrumentos de recolha de dados

Elegemos o inquérito por entrevista para a recolha dos dados, recorrendo a conversas individuais, orientadas pelos objetivos definidos na recolha de informações. Elaborámos um guião de entrevista exploratória que possibilitasse o aprofundamento dos factos e das opiniões acerca dos acontecimentos, dos outros sujeitos e sobre o próprio. Segundo Lalanda (1998), a narração feita pelo sujeito possibilita destacar de uma realidade numérica nivelada factos importantes que os procedimentos quantitativos não permitem. O instrumento usado inclui-se num formato de entrevista semiestruturada tendo por base um guião orientador, garantindo que os intervenientes responderam às mesmas questões preservando, todavia, a flexibilidade na exploração das mesmas. O guião integra três dimensões: dimensão pessoal, dimensão ambiental e dimensão socio cultural.

A qualidade do guião (um para alunos consumidores outro para alunos não consumidores) foi garantida por testes lógicos de validade e de confiabilidade. Para proceder à sua validação, os instrumentos foram submetidos a um painel de juízes e após a recolha dos comentários dos especialistas, foram efetuadas as alterações sugeridas. Por fim, foi aplicada uma pré-entrevista a dois estudantes (um consumidor e outro não consumidor) no sentido de avaliar e de integrar modificações. Deste processo, resultou a versão definitiva do instrumento de recolha de dados. O trabalho assentou na relação de confiança e de colaboração estabelecida com os entrevistados, garantindo a sua autonomia, a sua integridade, a sua confidencialidade e sua privacidade assim como a dos relatos, assim como o tratamento fiel da informação e da sua análise.

3.3 Procedimentos

O projeto da pesquisa recebeu parecer favorável do Ministério da Educação e do diretor do agrupamento de escolas. Foi designado um elemento mediador, com vista a articular com os investigadores o processo de recolha da informação, que contactou os diretores das turmas do 8º ano, entregando-lhes uma carta de apresentação do trabalho. Decorrente da anuência destes, foi realizada uma sessão de divulgação do estudo, pelos diretores de turma a cada uma das turmas envolvidas. O processo de seleção dos alunos baseou-se no seu voluntariado e na dicotomia abstinente-consumidor. Os alunos voluntários mediaram o contacto com os seus encarregados de educação, entregando-lhe uma carta de apresentação do projeto e os pedidos de consentimento informado.

As entrevistas decorreram na escola, num gabinete, com luminosidade adequada e ambiente acolhedor. As entrevistas foram registadas, com autorização dos sujeitos, em gravação digital *Olympus VN-6800PC*. Cada sujeito foi identificado por código, formado pela letra E (de entrevistado), seguido por um numeral cardinal que estabelece o número do entrevistado. Assim, por exemplo, o código E04, corresponde ao entrevistado número 4. O conteúdo das entrevistas foi transcrito, *ipsis verbis*, em *Microsoft Word 2007*. Prosseguimos o trabalho com a elaboração da síntese de cada caso e construídos quadros sinóticos por dimensão. A análise e a codificação das respostas foram feitas com base na técnica *open coding da grounded theory* (Orlikowski, 1993) e em Bardin (1994). Destacámos as ideias chave como unidades de sentido, dependentes de outras partes do texto com as quais se relacionavam. Concluímos evidenciando os resultados idênticos e divergentes dos casos.

4. Resultados

Os resultados que encontrámos apresentam-se estruturados em três dimensões: dimensão pessoal (fatores individuais); dimensão ambiental (fatores promotores do hábito do consumo do álcool), dimensão socio-cultural (fatores micro sociais, fatores macrossociais e representações sociais), para alunos consumidores e alunos não consumidores

4.1. Alunos consumidores

DIMENSÃO PESSOAL: FATORES INDIVIDUAIS

ODP1. Conhecer motivações pessoais para o consumo de bebidas alcoólicas
QDP1. Em que momento da tua vida começaste a tomar bebidas alcoólicas?
O início da ingestão de bebidas alcoólicas aconteceu entre os 12 (E07) e os 14 anos (E09). As primeiras experiências decorreram, tendencialmente, em festas (E07; E08; E09; E10) e na companhia de amigos (E07; E08; E09; E10).
QDP2. Quais foram os motivos que te levaram a fazê-lo?
A curiosidade (E06; E08; E09; E10) as motivações explícitas (E07) ou tácita (E06; E08; E09; E10), “dar estilo” (E09), parecem constituir-se como motivos que contribuem para o início da ingestão de bebidas alcoólicas.
QDP3. Já fizeste alguma experiência para deixar de tomar bebidas alcoólicas?
A maioria não pensou deixar de tomar e todos referem não tomar excessivamente.

DIMENSÃO AMBIENTAL: FATORES PROMOTORES DO HÁBITO DO CONSUMO DE ÁLCOOL

ODA1. Conhecer as bebidas mais consumidas entre os jovens
QDA1. Quais são as bebidas alcoólicas que tomas habitualmente? E os teus amigos?

As bebidas que mais frequentemente ingerem são *Eristoff Black* e *Eristoff Black com Coca-Cola* (E06; E08), *Vodka* (E07) e cerveja (E09; E10). Os amigos têm preferências coincidentes (E09; E10), enquanto que os demais entrevistados tomam bebidas nem sempre coincidentes com as dos seus amigos (E06; E07; E08).

QDA2. Que razões indicas para o facto de serem essas as vossas preferidas?

As preferências apontam para a agradabilidade do sabor (E06; E07; E08; E09; E10), preço mais reduzido no caso da cerveja (E06; E07; E08; E10) e baixa concentração em álcool.

ODA2. Conhecer o nível de acessibilidade

QDA3. Como classificarias o grau de dificuldade em adquirir bebidas alcoólicas? O que contribui para isso?

É fácil adquirir e ingerir bebidas alcoólicas com idade inferior a 16 anos (E06; E07; E08; E10), para isso parece contribuir, na opinião unânime dos entrevistados, a questão económica das vendas (E06; E07; E08; E09; E10).

QDA4. Quando adquires uma bebida alcoólica pedem-te um documento de identificação (BI, CC)? Em que locais já te solicitaram a identificação?

De acordo com os inquiridos, por norma, não é solicitada identificação para confirmar a idade (E07; E08; E10). Em dois casos foi solicitada a identificação e numa das situações foi vendida a bebida a um menor de 16 anos (E06).

QDA5. O que sentes acerca do limite de idade para o consumo e a compra de bebidas alcoólicas?

A idade limite para consumo e aquisição de bebidas alcoólicas deveria, na opinião da maioria dos participantes no estudo, manter-se nos 16 anos (E06; E08; E09; E10).

QDA6. Como obténs o dinheiro para comprares bebidas alcoólicas?

São os pais (E06; E07; E08; E10) quem, geralmente, cede o dinheiro destinado a gastos nas festas. Há quem reserve uma parte das verbas periódicas que recebe para a compra de bebidas (E07; E08; E10). O preço das bebidas é elevado e em algumas festas há redução dos preços. Preços mais elevados parecem limitar os consumos (E07; E08).

DIMENSÃO SOCIO-CULTURAL: FATORES MICRO-SOCIAIS

ODSC1. Conhecer a influência da família no hábito alcoólico

QDSC1. Em que medida os teus familiares (pais, tios, avós, primos...) alguma vez te incentivaram a tomar bebidas alcoólicas?

Os familiares tendem a incentivar a ingestão moderada em ocasiões festivas (E06; E07; E08; E09).

QDSC2. Algum familiar próximo toma regularmente bebidas alcoólicas?

Os pais e os irmãos, dos alunos entrevistados, tomam bebidas alcoólicas moderadamente (E06; E07; E08; E09; E10) o que parece contribuir para um hábito de ingestão igualmente moderado por parte destes (E07).

QDSC3. Que pensam os teus pais sobre o facto de ingerires bebidas alcoólicas?

Nem todos os pais estão informados da ingestão de bebidas alcoólicas por parte dos filhos (E07; E08; E10). Alguns dos progenitores são tolerantes à ingestão moderada (E06; E09).

ODSC2. Conhecer o nível de intervenção dos pais, perante o consumo de bebidas alcoólicas por parte dos filhos

QDSC4. Como atuam os teus pais relativamente ao consumo de álcool?

Os pais dos entrevistados são críticos e intolerantes a consumos abusivos de bebidas alcoólicas (E06; E07; E08; E09; E10).

QDSC5. Como te sentes perante a atuação dos teus pais? Que efeitos tem sobre ti?

Tendem a considerar a atuação dos pais e em consequência a ingerir de forma moderada (E06; E08; E09). Há quem considere que a sua própria opinião prevalece visto estar entre amigos e isso motivar ao consumo (E07). A omissão do hábito de ingestão aos pais relaciona-se com o facto de os pais serem muito críticos (E10).

ODSC3. Conhecer a interferência dos pares no hábito de consumo alcoólico

QDSC6. Quais são as influências que se desenvolvem no teu grupo de amigos, no sentido do consumo de bebidas alcoólicas?

Os elementos do grupo de pertença motivam de forma tácita (E10) ou explícita (E07, E08, E09) à ingestão.

QDSC7. Quando saís com os teus amigos o que poderá contribuir para não tomares bebidas alcoólicas?

O facto de estar doente parece contribuir para a abstinência (E06; E10), assim como não ter vontade de tomar (E06; E08; E09). A hora de regresso a casa tende a influenciar a quantidade de álcool ingerido.

QDSC8. Alguma vez tomaste bebidas alcoólicas apenas para não desiludires os teus amigos? E para os acompanhares, sem que tivesses vontade de o fazer?

Acompanhar os amigos parece motivar a ingestão (E06; E07; E08; E09; E10) e não para não causar desilusão (E07).

QDSC9. Supondo que os teus amigos deixavam de tomar bebidas alcoólicas, pensas que isso se repercutia nos teus hábitos de consumo? Porquê?

A alteração no hábito de ingestão no grupo de pertença contribuiria para alteração dos hábitos pessoais, de acordo com os entrevistados (E06; E07; E08; E10). Apresenta-se como singular o facto de manter o hábito de ingestão (E09).

ODSC4. Compreender a razão da elevada ingestão de bebidas alcoólicas num curto período

QDSC10. Como justificas que atualmente se beba, em algumas ocasiões, com o limite da embriaguez?

Segundo os entrevistados, há quem vá tomando e termina embriagado (E06; E09), quem tenha em mente embriagar-se (E07; E08; E10) e que, a primeira embriaguez, surge por desconhecimento dos efeitos das bebidas (E10).

FATORES MACROSSOCIAIS

ODSC5. Identificar o efeito de modelagem social exercida através dos *mass media* e sociedade

QDSC11. Que pensas da divulgação, nos *mass media*, de bebidas alcoólicas? Consideras que influencia o consumo e as tuas preferências?

Consideram que influencia, pela exibição em espaços frequentados por jovens (E06), imagens apelativas das bebidas, manifestações de alegria por parte de quem as ingeriu (E08; E10) e pela curiosidade que desperta (E08; E09; E10). Um dos entrevistados não lhe reconhece influência nas suas escolhas (E07).

QDSC12. Como relacionas a popularidade dos elementos do teu grupo e o consumo de bebidas alcoólicas?

Quem toma é popular, referem alguns dos entrevistados (E06; E07; E09; E10). Os comportamentos desadequados por parte de quem ingeriu bebidas alcoólicas desagrada a um dos entrevistados que não relaciona popularidade com ingestão (E08).

QDSC13. Como consideras o consumo de bebidas alcoólicas, entre os jovens? É um hábito *in*?

Os resultados apontam para considerar que quem bebe está na moda (E06; E07; E08; E10).

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

ODSC6. Conhecer as representações sociais dos jovens relativamente ao consumo alcoólico

QDSC14. Por que razões consideras importante a ingestão de bebidas alcoólicas?

A diversão parece constituir a principal razão para a ingestão de bebidas alcoólicas (E06; E07; E10) porém, há quem não encontre qualquer razão importante que justifique a ingestão (E08; E09).

QDSC15. Que relação encontras entre o teu desempenho escolar (resultados, participação e desenvolvimento cívico, comportamento e disciplina, valorização e impacto das aprendizagens) e o hábito de ingestão de bebidas alcoólicas

Não reconhecem influência da ingestão de bebidas alcoólicas no desempenho escolar (E06, E08, E09, E10). Reconhece influência negativa sobre os resultados escolares, referindo que se tornou menos aplicada (E07).

ODSC7. Conhecer a ação pedagógica da escola sobre o consumo alcoólico

QDA16. Qual é a intervenção da escola acerca do consumo de bebidas alcoólicas

Atividades dinamizadas pela PSP, trabalho realizado no âmbito de uma disciplina, campanhas de informação. As iniciativas parecem não surtir efeito.

4.2. Alunos não consumidores

DIMENSÃO PESSOAL: FATORES INDIVIDUAIS

ODP1. Conhecer motivações pessoais para o consumo de bebidas alcoólicas

QDP1. Em que momento da tua vida começaste a tomar bebidas alcoólicas?

A maioria dos entrevistados já experimentou tomar em festas (E01) e em casa com os pais (E02, E05). Um entrevistado não experimentou.

QDP2. Quais foram os motivos que te levaram a considerar essa possibilidade?

O ambiente, a diversão, a curiosidade, a observação de comportamentos.

ODP2. Compreender as atitudes manifestadas pelos alunos relativamente ao consumo de bebidas alcoólicas

QDP3. Achas que vives, de forma mais agradável, os momentos de convívio e os teus momentos solitários, pelo facto de não ingerires essas bebidas? Porquê? O que sentes?

A maioria dos entrevistados afirma viver de forma mais agradável por não ingerir bebidas alcoólicas, não faz figuras ridículas e os pais não têm de os recolher por terem bebido excessivamente. Conclui pelo que já experimentou ou pelos comportamentos que observa.

QDP4. Sentes-te diferente por não consumires bebidas alcoólicas? Em que medida? Quais são as diferenças que notas entre quem bebe e quem não bebe?

Os alunos referem sentir-se bem, tranquilos e sem alteração do comportamento, afirmam que há quem beba apenas porque os demais o fazem. Um entrevistado refere que os não consumidores prestam ajuda a quem toma álcool exageradamente.

DIMENSÃO AMBIENTAL: FATORES PROMOTORES DO HÁBITO DO CONSUMO DE ÁLCOOL

ODA1. Conhecer as bebidas mais consumidas entre os jovens

QDA1. Quais são as bebidas que tomas habitualmente? E os teus amigos?

As bebidas preferidas são Coca-Cola®, sumos, refrigerantes. A maioria refere que os amigos tomam bebidas diferentes das que são as suas preferidas.

QDA2. Que razões indicas para o facto de serem essas as vossas preferidas?

O sabor é referido pela totalidade dos entrevistados como a razão das suas escolhas.

ODA2. Conhecer o nível de acessibilidade

QDA3. Como classificarias o grau de dificuldade em adquirir bebidas alcoólicas? O que contribui para isso?

É fácil adquirir bebidas alcoólicas. Os mais velhos compram para os mais novos mas alguns destes também não têm 16 anos de idade. Os comerciantes vendem para ganhar dinheiro. Os jovens frequentam os locais onde lhes vendem. O facto de os jovens terem dinheiro contribui para que adquiram bebidas alcoólicas.

QDA4. O que sentes acerca do limite de idade para o consumo e a compra de bebidas alcoólicas?

Consideram 18 anos a idade adequada (E01, E05), as limitações legais na idade de aquisição e consumo não são, qualquer que seja a idade, respeitados.

QDA5. Quais são as formas para obteres dinheiro para comprar as bebidas que costumavas tomar?

Os pais entregam dinheiro aos filhos e estes usam-no na aquisição de bebidas alcoólicas. Preços mais elevados limitariam o consumo (E02, E05). Mesadas, dinheiro amealhado, ofertas de Natal, são utilizadas para adquirir bebidas.

DIMENSÃO SOCIO-CULTURAL: FATORES MICRO-SOCIAIS

ODSC1. Conhecer a influência da família no hábito alcoólico

QDSC1. Em que medida os teus familiares (pais, tios, avós, primos...) te servem de modelo e não te incentivam a tomar bebidas alcoólicas? Algum deles, alguma vez te motivou para experimentar?

Maioritariamente os pais influenciam ou permitem que experimentem na sua presença. Modelos familiares e consumo exagerados repudiam a ingestão (E03). Ingestão reduzida de bebidas alcoólicas pelos pais é modelo para jovens (E05).

QDSC2. Algum familiar próximo toma regularmente bebidas alcoólicas?

Maioritariamente são referidos os pais com ingestão moderada.

QDSC3. Que pensam os teus pais sobre o facto de não ingerires bebidas alcoólicas?

Os pais ficam felizes com o facto de não consumirem. Os pais consideram errado os jovens tomarem bebidas alcoólicas.

ODSC2. Conhecer o nível de intervenção dos pais, perante o consumo de bebidas alcoólicas por parte dos filhos
QDSC4. Como atuam os teus pais relativamente ao consumo de álcool?
Os pais são muito críticos e intolerantes.
QDSC5. Como te sentes perante a atuação dos teus pais? Que efeitos tem sobre ti?
A maioria tem em conta a atuação dos pais. O facto de os pais não acharem bem não impede que experimentem (E01). Não apreciar o sabor e o cheiro são motivos para não tomar (E02)
ODSC3. Conhecer a interferência dos pares no hábito de consumo alcoólico
QDSC6. Quais são as influências que se desenvolvem no teu grupo de amigos, no sentido do consumo de bebidas alcoólicas?
É referido que não existem influências (E01, E04), existem convites ao consumo (E02, E03) e questionamento (E05).
QDSC7. O que te parece o facto de alguns dos teus amigos ingerirem bebidas alcoólicas?
Consideram que os amigos consumidores deveriam abster-se ou reduzir a ingestão por considerarem comportamentos mais saudáveis. São apontados motivos promotores do consumo nomeadamente, infelicidade, diversão ou imitação.
QDSC8. Valoriza-los mais por isso? Na tua opinião que valores deverá ter um amigo para o considerares admirável?
Não valorizam mais quem toma bebidas alcoólicas. Sinceridade (E03) e companheirismo (E03, E05) são características que um amigo deverá ter.
QDSC9. Quando saís com os teus amigos o que contribui para não tomares bebidas alcoólicas independentemente deles o fazerem?
Preferir bebidas não alcoólicas (E01, E02), considerar que não vale a pena (E03), o facto de os amigos não tomarem a não sair à noite (E04), ter vivido uma má experiência por ingestão excessiva (E05), são razões apontadas para a abstinência no consumo de bebidas alcoólicas.
QDSC10. Alguma vez tomaste ou pensaste tomar bebidas alcoólicas apenas para não desiludires os teus amigos? E para os acompanhares, sem que tivesses vontade de o fazer?
Nunca o fizeram.
QDSC11. Quais são os comportamentos que facilitam a integração de um novo elemento no teu grupo de amigos?
Ser simpático, agradável no convívio, sincero, deter espírito crítico, divertido, não ser rebelde, tomar bebidas alcoólicas.
ODSC4. Compreender a razão da ingestão de bebidas com elevada concentração de álcool
QDSC12. Como justificas que atualmente se beba, em algumas ocasiões, com o limite da embriaguez?
Intensão de se embriagar, ambiente festivo, chamar a atenção, ingestão excessiva e de múltiplas bebidas.
QDP13. Qual é a tua opinião relativamente ao consumo de bebidas com elevada concentração de álcool?

FATORES MACRO-SOCIAIS

ODSC5. Identificar o efeito de modelagem social exercida através dos <i>mass media</i> e sociedade
QDSC14. Que pensas da divulgação, nos <i>mass media</i> , de bebidas alcoólicas? Consideras que influencia o consumo e as tuas preferências?
Não influencia (E01, E05), não influencia como a vida real (E04), influencia (E02, E03).
QDSC15. Como relacionas a popularidade dos estudantes e o consumo de bebidas alcoólicas?
A maioria acha que quem toma bebidas alcoólicas é mais popular (E02, E03, E05), ser simpático e divertido torna os jovens populares (E04) e um dos entrevistados não relaciona a popularidade com a ingestão alcoólica.
QDSC16. Como consideras o consumo de bebidas alcoólicas, entre os jovens? É um hábito <i>in</i> ? E tu como te consideras, assim como os demais que não consomem bebidas alcoólicas
A tendência é considerar não estar na moda quem consome bebidas alcoólicas (E01, E02, E03, E04, E05). Pensam que quem toma é que se autoconsidera na moda (E04, E5).

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

ODSC6. Conhecer as representações sociais dos jovens relativamente ao consumo alcoólico
QDSC17. Por que razões consideras importantes a não ingestão de bebidas alcoólicas?
Perturbar o desenvolvimento, despertar para tomar outras drogas, comportamentos desadequados, viver melhor sem tomar álcool, não existir qualquer vantagem na ingestão.
QDSC18. Que relação encontras entre o teu desempenho escolar e o hábito de não ingerires bebidas alcoólicas?
Acredita que terá influência negativa (E01, E03, E04, E05). Interfere mas apenas em quem toma em quantidades elevadas (E02). Não interfere (E04). Os comportamentos são resultado da educação de cada indivíduo (E01), podem alterar o seu comportamento (E04), tornar-se mais agressivos.
ODSC7. Conhecer a ação pedagógica da escola sobre o consumo alcoólico
QDA19. Qual é a intervenção da escola acerca do consumo de bebidas alcoólicas
Foram realizados trabalhos acerca da temática, sessão de sensibilização da responsabilidade da PSP e cartazes afixados em placards.

5. Discussão

5.1 O hábito de abstinência e do consumo de álcool

5.1.1 Dimensão pessoal: fatores individuais

Motivações pessoais para o não consumo e para o consumo de bebidas alcoólicas. Todos os alunos entrevistados, que se auto consideraram não consumidores, declaram ter já consumido álcool em algum momento das suas vidas. Todavia, alguns não terão dado continuidade a essa prática depois da experimentação ou após um período de consumo terão optado pela cessação. Entre os alunos que participaram no estudo, a experimentação da ingestão de bebidas alcoólicas ocorre entre os 12-15 anos de idade, acompanhados de amigos ou dos pais. A motivação pessoal para a experimentação destas bebidas parece ser a diversão, a curiosidade e a observação de comportamentos.

A idade da experimentação encontrada, apresenta coincidência com estudos anteriores (Balsa et al., 2008; Matos et al., 2012), tendo vindo a manifestar-se em idades cada vez mais precoces (Vinagre & Lima, 2006). A curiosidade, a imitação, a pertença a um grupo de pares e a motivação familiar constituem-se como fatores promotores da experimentação e do consumo, também encontrados em estudos realizados por Gaudet (2006) e Muisener (1994). Os momentos em que decorreu a experimentação e as posteriores ocasiões de consumo coincidem com dados já revelados em outros trabalhos (Cabral, 2007; Freyssinet-Dominjon & Wagner 2006).

Atitudes manifestadas pelos alunos relativamente à abstinência e ao consumo de bebidas alcoólicas. Os alunos referem viver de forma mais agradável em resultado do seu hábito de abstinência. São reveladas as consequências da ingestão como justificação das suas atitudes, nomeadamente, não fazer figuras ridículas e os pais não terem de os ir buscar, em consequência de estados de embriaguez, a locais festivos. Para os alunos consumidores os momentos após a ingestão alcoólica são vividos com maior alegria e boa disposição, registando-se também o testemunho de um dos jovens que refere não sentir quaisquer alterações relativamente ao consumo de álcool. Coincidindo com Ferreira-Borges e Filho (2004), os resultados apontam a

estímulo sensorial e alterações individuais decorrentes da ingestão de bebidas alcoólicas, designadamente estados de maior alegria e extroversão.

5.1.2 Dimensão ambiental: fatores promotores do hábito de consumo alcoólico

As bebidas mais consumidas entre os adolescentes. As bebidas apontadas como preferidas pelos alunos não consumidores são sumos, refrigerantes, chá e Coca-Cola®, sendo esta última a mais referida entre os participantes no estudo. As bebidas alcoólicas mais consumidas pelos alunos consumidores são Eristoff Black® e Eristoff Black® com Coca-Cola®, vodka e cerveja. Todos os participantes mencionam o sabor como a razão das suas preferências. É referida a divergência de preferências no momento da escolha das bebidas relativamente aos seus amigos: umas vezes consomem bebidas alcoólicas e outras vezes optam por não consumir. Inferimos uma associação entre os momentos de lazer e o consumo alcoólico, coincidindo com o defendido por Cabral (2004) e Swisher e Hu (1983). A cerveja apresenta-se como a bebida alcoólica de eleição, identificada por Hibell et al. (2009). A cerveja é a bebida mais consumida entre rapazes, sendo que as raparigas preferem as bebidas espirituosas, tal como o revelaram Hibell et al. (2009).

Nível de acessibilidade. Todos os estudantes referem facilidade na aquisição de bebidas alcoólicas. Assinalam também o interesse dos comerciantes como o principal motivo do facilitismo na venda de bebidas alcoólicas. É ainda declarado que o facto de os adolescentes possuírem dinheiro contribui para a facilidade da aquisição este tipo de bebidas. Os alunos afirmam que ainda não assistiram ao pedido de documentos de identificação por altura da aquisição de bebidas alcoólicas. O limite de idade para aquisição e consumo de bebidas alcoólicas é encarado, diferentemente pelos entrevistados. Todos os alunos referem que são os pais a fornecer-lhes o dinheiro por altura das festas, ou usam do que amealham das mesadas e de ofertas que recebem. O reduzido controlo legal das idades dos consumidores e a permissão para a permanência em espaços de consumo de bebidas alcoólicas parecem concorrer para a ingestão alcoólica, fatores identificados no estudo de Feijão, Lavado e Calado (2011) em outros espaços nacionais.

5.1.3. Dimensão sociocultural: fatores microssociais

A influência da família no comportamento não alcoólico. Entre os participantes não consumidores é referido que existem familiares que não influenciam na ingestão de bebidas alcoólicas, porém, outros alunos que afirmam terem sido motivados, ou que lhes fora permitido experimentar, por parentes próximos, assim como é relatado por participantes consumidores. De acordo com os estudantes não consumidores, os pais sentem-se felizes com o facto de não consumirem bebidas alcoólicas.

Os resultados encontrados não são coincidentes no que se refere à motivação direta para a experimentação alcoólica por parte dos progenitores com estudos de Araoz (2004) e Heath (2000).

Intervenção dos pais perante o consumo de bebidas alcoólicas entre os jovens. Os pais dos participantes no estudo tendem a não tolerar o consumo de álcool entre os jovens, apresentam-se críticos e intolerantes relativamente à ingestão de bebidas alcoólicas. Nem todos os pais estão informados da ingestão e bebidas alcoólicas por parte dos filhos. O papel da família parece estruturar-se como fundamental para o hábito de abstinência, especialmente a abordagem da temática em ambiente familiar, coincidindo com a posição de Dillon (2010).

A interferência dos pares no consumo não alcoólico. A interferência dos pares no consumo de bebidas alcoólicas tende a acontecer entre os alunos não consumidores e também entre os consumidores, contudo, são diversas as razões avançadas para a não ingestão: preferir o sabor de bebidas não alcoólicas e considerar desvalorizável a ingestão de álcool. Alguns estudantes revelam que acontecem convites para o consumo nos períodos de convívio entre amigos e outros afirmam que não se desenvolvem influências no seu grupo de amigos. Consideram, ainda, que o hábito de consumo alcoólico não interfere nas relações de amizade nem contribui para a valorização dos pares. As características que consideram importantes nos amigos são a sinceridade e o companheirismo.

5.1.4. Dimensão sociocultural: fatores macrosociais

A modelagem social resultante dos mass media. A modelagem social resultante dos *mass media* tende a destacar como mais significativa entre os mais jovens. Acontece através de séries juvenis e da publicidade a bebidas e a festivais para a juventude. Há quem refira que a influência interpares é a que tem maior peso. Quanto à relação entre a popularidade dos estudantes e o consumo de bebidas alcoólicas, os alunos declaram que quem toma bebidas alcoólicas é mais popular. O hábito de consumo de bebidas alcoólicas entre os jovens é considerado não estar na moda e que são os consumidores quem se autoconsidera na moda. O efeito promotor da publicidade sobre o hábito de consumo de bebidas alcoólicas não se apresenta coincidente entre os participantes no estudo, diferindo do revelado por Pinsky (2009).

5.1.5. Dimensão sociocultural: representações sociais

Razões da abstinência e do consumo de bebidas alcoólicas. Os escolares apontam como razões da não ingestão a perturbação do desenvolvimento, motivação ao consumo de outras substâncias psicoativas, comportamentos socialmente desadequados, viver de forma mais agradável e saudável, não existir qualquer vantagem na ingestão. Por seu lado, os alunos consumidores garantem que se divertem mais quando ingerem bebidas alcoólicas. O hábito de não ingestão alcoólica influencia favoravelmente o desempenho escolar. Porém, também é referido que apenas os consumos excessivos desenvolvem influência. O efeito sobre o aproveitamento escolar não é igualmente relacionado entre os entrevistados, contrariando os resultados encontrados por Trindade e Correia (1999), ao referirem a influência negativa declarada do hábito de ingestão sobre o rendimento escolar dos alunos consumidores.

A ação pedagógica da escola sobre o consumo alcoólico. A ação pedagógica exercida pela escola acerca do consumo alcoólico, segundo os entrevistados consumidores e não consumidores é considerada não eficaz, não advindo resultados positivos das atividades desenvolvidas.

Os resultados apontam para a adoção de estratégias pouco eficazes na tomada consciente de decisões, que não correspondem às expectativas dos alunos, contrariando o trabalho de Gordo, Beltrán, Lillo, Lourenzo e Lourenzo (2014), onde se conclui que as estratégias de saúde devem atender as expectativas dos adolescentes e não se estreitarem à transmissão informativa.

6. Conclusões

Orientadas pelas dimensões estudadas, expõem-se as conclusões, comparando e apresentando coincidências e disparidades entre os participantes não consumidores e consumidores de bebidas alcoólicas.

O momento da experimentação ocorreu, nos participantes consumidores e os não consumidores, entre os 12-14 e entre os 13-14 anos de idade, respetivamente, o que vai ao encontro com o estudo de Matos et al. (2012) e que antecipa a idade de iniciação do consumo revelada no estudo de Balsa, Vital, Urbano, Barbio, e Pascueiro (2008). A experimentação decorre na companhia de amigos ou dos pais, em ambientes festivos.

A experimentação entre os não consumidores foi motivada pela curiosidade, pelo ambiente, pela diversão, pela observação de comportamentos e pela presença de amigos consumidores. Os escolares consumidores, referem a curiosidade, as motivações tácita e explícita dos pares, “dar estilo” e querer impor-se num grupo. As consequências da ingestão alcoólica são promotoras da abstinência e também do consumo do álcool, o que coincide com o apresentado por Gaudet (2006). Os escolares preservam a abstinência por entenderem que dessa forma vivem de forma mais agradável por não, não fazem figuras ridículas e os pais não têm de os recolher por terem bebido excessivamente.

Entre os não consumidores, a ingestão é considerada perturbadora do desenvolvimento, motivadora para a ingestão de outras drogas, promotora de comportamentos desadequados e é considerado que não existe qualquer vantagem na ingestão.

O nível de acessibilidade é elevado. Com facilidade são compradas bebidas alcoólicas com idade inferior à definida por Lei, não é solicitada identificação para confirmação da idade dos jovens compradores.

O limite de idade para compra e consumo de bebidas alcoólicas é entendida distintamente pelos entrevistados. Os não consumidores que definem os 18 anos de idade. Para os consumidores os 16 anos deverá ser a idade mínima para o consumo e para a aquisição de bebidas alcoólicas. São os pais quem, por norma, disponibilizam o dinheiro para os gastos nas festas. Também é usada para o mesmo fim parte das verbas periódicas que os estudantes recebem, assim como dinheiro que amealham.

Os participantes consideram que maior disponibilidade de dinheiro implica maior consumo. O preço das bebidas é elevado e em algumas festas há redução dos preços. Preços mais elevados parecem limitar os consumos. Os familiares tendem a estimular a ingestão moderada em ocasiões festivas. As ingestões moderadas por parte dos familiares tende a influenciar os jovens para ingestões moderadas.

Os pais dos entrevistados são críticos e intolerantes a consumos abusivos de bebidas alcoólicas o que contribui para a omissão do hábito de ingestão aos pais. Os pais dos alunos não consumidores gostam que os filhos sejam abstinentes. Todavia, o facto de os pais discordarem dos consumos entre os jovens escolares não contribui para a abstinência.

Os elementos do grupo de pertença motivam de forma tácita ou explícita à ingestão e a alteração no hábito de ingestão, no grupo de pertença, tenderia a contribuir para alteração dos hábitos pessoais de consumo. A divulgação de bebidas alcoólicas nos *mass media* parece ter efeitos estimulantes no consumo. Quem toma bebidas alcoólicas é mais popular entre os escolares, de acordo com os consumidores e é considerado estar na moda. Os não consumidores não valorizam que toma bebidas alcoólicas mas antes quem é sincero e companheiro e tampouco consideram na moda quem ingere álcool.

A diversão parece constituir a principal razão para a ingestão de bebidas alcoólicas.

Não foi reconhecida influência da ingestão de bebidas alcoólicas no desempenho escolar, pelos alunos consumidores. Todavia os alunos consumidores reconhecem influencia negativa na ingestão das bebidas.

A ação pedagógica da escola não se revela eficaz não se revelando resultados favoráveis dessas intervenções.

No estudo foram detetadas algumas fragilidades nos elementos envolvidos: (a) fraco plano preventivo desenhado em meio escolar; (b) escasso diálogo entre os pais e os filhos; (c) disponibilidade económica para a aquisição de bebidas entre jovens consumidores e não consumidores; (d) falta de controlo dos gastos; (e) procedimento ilegal por parte dos comerciantes; (f) deficitária fiscalização por parte das polícias (Autoridade de Segurança Alimentar e Económica; Guarda Nacional Republicana; Polícia de Segurança Pública).

Numa análise com o quadro teórico e concetual traçado, percebe-se que os resultados que encontrámos não se apresentam inteiramente coincidentes com estudos anteriormente realizados tendo sido identificadas várias dissonâncias, nomeadamente: (a) a motivação direta para a experimentação alcoólica pelos progenitores, de acordo com o que define Ferreira-Borges e Filho (2004); (b) a influência da publicidade sobre o hábito de consumo de bebidas alcoólicas não se apresenta coincidente entre os participantes no estudo, descontinuator do revelado por Pinsky (2009); (c) o efeito sobre o aproveitamento escolar não é igualmente relacionado entre os entrevistados, contrariando Trindade e Correia (1999) que defendem a influência negativa declarada do hábito de ingestão sobre o rendimento escolar dos alunos consumidores.

7. Conflito de interesses

Os autores declaram que não têm conflito de interesses na realização deste trabalho.

Referências bibliográficas

- Andrews, J., Hampson, S., & Peterson, M. (2011). Early adolescent cognitions as predictors of heavy alcohol use in high school. *Addictive behaviours*, 36, 448–455.
- Araoz, G. (2004). Cultural considerations. In International Center for Alcohol Policie, *What drives underage drinking? An international analysis* (pp. 39-47). Washington, DC: International Center for Alcohol Policies. Retirado de <http://www.icap.org/LinkClick.aspx?fileticket=u5U/st%2B6jt8%3D&tabid=108>.
- Balsa, C., Vital, C., Urbano, C., Barbio, L., & Pascueiro, L. (2008). *Inquérito nacional ao consumo de substâncias psicoativas na população geral, Portugal 2007*. Lisboa: Instituto da Droga e da Toxicodependência.
- Bardin, L. (1994). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

- Barlow, D., Nock, M., & Hersen, M. (2009). *Single-case experimental designs: Strategies for studying behavior change* (3rd ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Bassey, M. (2002). Case study research. In Coleman, M., & Briggs, A. (eds.), *Research methods in educational leadership and management* (pp. 108-121). London: Paul Chapman.
- Bogdan, R., & Biklen, S. (2003). *Qualitative research for education: an introduction to theory and methods* (4th ed.). New York: Pearson Education.
- Boné, M., & Bonito, J. (2012). Compreender o consumo e a abstinência de bebidas alcoólicas entre os alunos do 12º ano de escolaridade do concelho de Estremoz. In Albuquerque, C. (Coord.). *Comportamentos de saúde infanto-juvenis: perspetivas e realidades* (pp. 45-55). Viseu: Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico de Viseu.
- Cabral, L. (2004). Alcoolismo juvenil. *Millenium*, 30, 172-186. Retirado de <http://www.ipv.pt/millenium/millenium30/14.pdf>.
- Cabral, L. (2007). *Consumo de bebidas alcoólicas em rituais/praxes académicas*. Tese de doutoramento. Instituto de Ciências Biomédicas de Abel Salazar da Universidade do Porto, Porto. Recuperado em 2012, outubro 31, de <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/7207/2/Doutoramento%20Lidia%20do%20Rosrio%20Cabral%20agosto2007.pdf>.
- Capaldi, D., Stoolmiller, M., Kim, H., & Yoerger, K. (2009). Growth in alcohol use in at-risk adolescent boys: Two-part random effects prediction models. *Journal of drug and alcohol dependence*, 105, 109-117.
- De Bruyne, P., Herman, J., & De Schoutheete, M. (1984). *Dynamique de la recherche en sciences sociales*. Vendôme: Presses Universitaires de France.
- Dillon, P. (2010). *Adolescentes, álcool y drogas*. Barcelona: Ediciones Medici.
- Feijão, F. (2010). Epidemiologia do consumo de álcool entre os adolescentes escolarizados a nível nacional e nas diferentes regiões geográficas. *Revista toxicodependências*, 16(1), 29-46.
- Feijão, F. (2011). Inquérito nacional em meio escolar. *Dependências*, 8-21. Retirado de http://www.dependencias.pt/ficheiros/noticias/1352139829Dep_Outubro.pdf.
- Feijão, F., Lavado, E., & Calado, V. (2011). *Estudo sobre o consumo de álcool, tabaco e drogas: ECATD/2011*. Retirado de http://www.idt.pt/PT/ComunicacaoSocial/ComunicadosImprensa/Documents/ECATD_ESPAD_Portugal_16NovResultados.pdf.
- Ferreira-Borges, C., & Filho, H. (2004). *Alcoolismo e toxicodependência: manual técnico 2*. Lisboa: Climepsi Editores.
- Freyssinet-Dominjon, J., & Wagner, A. (2006). *Os estudantes e o álcool: formas de beber na nova juventude estudantil*. Coimbra: Quarteto.
- Gordo, J., Beltrán, P., Lillo, R., Lourenzo, B., & Lourenzo, S. (2012). La percepción del riesgo del consumo de drogas en los adolescentes de nuestro medio ambiente. *Revista ROL de enfermería*, 35, 16-21.
- Gaudet, E. (2006). *Drogas e adolescência: respostas às dúvidas dos pais*. Lisboa: Climepsi Editores.
- Heath, D. (2000). *Drinking occasions: Comparative perspectives on alcohol and culture*. Philadelphia: Brunner/Mazel.
- Hibell, B. (2013). *The 2012 ESPAD impact survey*. Lisboa: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction.
- Hibell, B., Guttormsson, U., Ahlström, S., Balakireva, O., Bjarnason, T., Kokkevi, A. et al. (2009). *The 2007 ESPAD report substance use among students in 35 european countries*. Stockholm: The Swedish council for information on alcohol and other drugs (CAN) and the authors. http://www.espad.org/Uploads/ESPAD_reports/2007/The_2007_ESPAD_Report-FULL_091006.pdf.
- IDT – Instituto da Droga e da Toxicodependência (2010). *Substâncias: álcool*. Retirado de <http://www.idt.pt/PT/Substancias/Alcool/Paginas/Historico.aspx>.
- Lalanda, P. (1998). *Análise social*, XXXIII(148), 871-883.
- Matos, M., Carvalhosa, S., Reis, C., & Dias, S. (2001). *Os jovens portugueses e o álcool*, 7, 1. Retirado de <http://www.fmh.utl.pt/aventurasocial/pdf/alcool.pdf>.

- Matos, M., Simões, C., Camacho, I, Tomé, G., Ferreira, M., Ramiro, L. et al. (2012). *A saúde dos adolescentes portugueses: relatório do estudo HBSC 2010*. Lisboa: Edições FMH.
- Muisener, P. (1994). *Understanding and treating adolescent substance abuse*. London: SAGE Publications.
- Orlikowski, W. (1993). CASE tools as organizational change: investigating incremental and radical changes in systems development. *Management information systems quarterly*, 17(3), 309-340.
- Pinsky, I. (2009). *Publicidade de bebidas alcoólicas e os jovens*. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro.
- Sieving, R., Perry, C., & Williams, C. (2000). Do friendships change behaviors, or do behaviors change friendships? Examining paths of influence in young adolescents' alcohol use. *Journal of adolescent health*, 26(1), 27-35.
- Stake, R. (1994). Case studies. In Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed.) (pp. 236-247). London: Sage Publications.
- Steketee, M., Jonkman, H., Berten, H., & Vettenburg, N. (2013). *Alcohol use among adolescents in Europe: environmental research and preventive actions*. Utrecht: Verwey-Jonker Institut. Retirado de http://www.verwey-jonker.nl/doc/participatie/2708_Alcohol-use-Among-Adolescents-in-Europe.pdf.
- Swisher, J., & Hu, T. (1983). Alternatives to drug abuse: some are some are not. *National institute on drug abuse: research monograph series*, 47, 141-153.
- Trindade, I., & Correia, R. (1999). Adolescentes e álcool: estudo do comportamento de consumo de álcool na adolescência. *Análise psicológica*, 3(17), 591-598.
- Vinagre, M., & Lima, M. (2006). Consumo de álcool, tabaco e droga em adolescentes: experiências e julgamentos de risco. *Psicologia, saúde e doenças*, 7(1), 73-81.