

## Representações sociais de bebida alcoólica para homens universitários

Lívia Ferreira de Araújo Rosa<sup>I</sup>

Adriano Roberto Afonso Nascimento<sup>II</sup>

---

Representações sociais de bebida alcoólica para homens universitários

### RESUMO

Este estudo tem por objetivo analisar e descrever possíveis aspectos estruturais das representações sociais de bebida alcoólica para universitários do sexo masculino. No total, 361 sujeitos estudantes da Universidade Federal de Minas Gerais participaram da pesquisa. Para a coleta de dados, aplicou-se um questionário composto por quatro blocos temáticos: dados pessoais; Técnica de Associação Livre de Palavras; primeiro uso e uso atual de bebidas alcoólicas; consequências positivas e negativas do consumo de bebidas alcoólicas. Para a análise dos dados, utilizou-se o Quadro de Quatro Casas, com auxílio do *software* EVOC e a técnica de análise de conteúdo. Os resultados revelam que a representação social de bebida alcoólica para os entrevistados é composta por um conjunto de crenças e atitudes predominantemente positivas, sendo seu consumo também percebido como um componente relevante da socialização masculina.

**Palavras-chave:** Bebidas alcoólicas; Jovens; Masculinidade; Representações sociais.

---

Social Representations of alcohol for male college students

### ABSTRACT

This study aims to analyze and describe the possible structural aspects of social representations of male college students about alcohol. In total, 361 students of Federal University of Minas Gerais have participated on this research. A questionnaire composed of four thematic blocks was applied to collect data: personal data; Free Evocations; first use and current use of alcohol; positive and negative consequences of alcohol consumption. Data analysis was developed through the methodology of construction of the Picture of Four Houses, using the software EVOC, and the content analysis technique. The results reveal that the social representation to the respondents about alcohol is composed of a set of beliefs and attitudes predominantly positive. Alcohol consumption also is perceived as an important component of male socialization.

**Keywords:** Alcoholic beverages; Young; Masculinity; Social representation.

Representaciones sociales de bebida alcohólica para universitarios

## RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo analizar y describir los posibles aspectos estructurales de las representaciones sociales de bebida alcohólica para estudiantes universitarios masculinos. En total, participaron en la investigación 361 estudiantes de la Universidad Federal de Minas Gerais. Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario compuesto por cuatro áreas temáticas: datos personales; técnica de la asociación libre de palabras; primer uso y consumo actual de alcohol; consecuencias positivas y negativas del consumo. Para el análisis de datos se utilizó un cuadro con cuatro cuadrantes procesados por el software EVOC y la técnica de análisis de contenido. Los resultados revelan que la representación social de los encuestados sobre el alcohol se compone de un conjunto de creencias y actitudes predominantemente positivas, su consumo también se percibe como un componente importante de la socialización masculina.

**Palabras clave:** Bebidas alcohólicas; Jóvenes; Masculinidad; Representaciones sociales.

---

## Introdução

A alta prevalência do consumo de bebidas alcoólicas é frequentemente detectada nos estudos que investigam a população jovem<sup>1</sup> brasileira (Campos, Almeida, Garcia, & Faria, 2011; Moreno, Ventura, & Bretas, 2010; Pereira, Souza, Buaziz, & Siqueira, 2008; Portugal, Souza, Buaziz, & Siqueira, 2008). O início precoce de experimentação e o fácil acesso tornam o álcool a droga mais utilizada por essa população, especialmente quando investigados os jovens do sexo masculino, que adotam uma prática de consumo contínua e marcada por episódios de *binge drinking* (Ferreira, Sales, Casotti, Bispo Júnior, & Braga Júnior, 2011; Nunes, Campolina, Vieira, & Caldeira, 2012; Pillon, Santos, Gonçalves, Araújo, & Funai, 2010).

Pesquisas realizadas no Brasil demonstram que o uso das bebidas alcoólicas está relacionado a fatores internos e externos aos sujeitos, revelando elementos positivos ou negativos a partir de uma dada referência. Por um lado, as bebidas alcoólicas têm sido utilizadas como estratégia para aliviar a tensão, diminuir a timidez e facilitar a aproximação entre as pessoas (Almeida, 2011; Dea, Santos, Itakura, & Olic, 2004; Oliveira, Cunningham, Strike, Brands, & Wright, 2009; Soares, Vargas, & Oliveira, 2011). Seu uso, nesse caso, pode ser entendido como um importante agente de socialização. Por outro lado, quando consumidas em quantidades excessivas, as bebidas alcoólicas podem produzir consequências negativas, como ressaca, culpa, problemas familiares, profissionais e de saúde (Colares, Franca, & Gonzalez, 2009; Dea et al., 2004; Oliveira et al., 2009; Pechansky, Szobot, & Scivoletto, 2004; Peuker, Fogada, & Bizarro, 2006; Picolotto, Libardoni, Migott, & Geib, 2010). Esse uso abusivo surge, ainda, associado às principais causas externas de morte, aos altos índices de mortalidade por homicídios e aos acidentes automobilísticos (Freitas, Mendes, & Oliveira, 2008; Mendoza, 2004).

---

<sup>1</sup> Em consonância com a Organização Mundial da Saúde (OMS/World Health Organization – WHO), consideramos jovens os indivíduos na faixa etária dos 15 aos 24 anos (WHO, 1986).

Diante desse cenário, consideramos ser a bebida alcoólica um objeto de estudo relevante para a Teoria das Representações Sociais, uma vez que faz parte do cotidiano dos homens jovens e se encontra presente nas práticas desse grupo.

A Teoria das Representações Sociais tem sua primeira base teórica no estudo de Serge Moscovici (1978) intitulado **A Psicanálise, sua imagem e seu público**. Em sua proposição teórica, Moscovici (2003) destaca três aspectos importantes no entendimento das representações sociais: (1) todas as interações humanas pressupõem representação; (2) as representações não são criadas por um indivíduo isoladamente; e (3) a representação constitui uma realidade social. Nessa perspectiva, as representações sociais são reconhecidas como fenômenos psicossociais, histórica e culturalmente condicionados, que se relacionam com a construção da realidade cotidiana (Jodelet, 2005; Jovchelovitch, 2008; Sá, 1996).

Segundo Sá (1998), a Teoria das Representações Sociais é uma grande teoria que se desdobra em três correntes teóricas complementares:

uma mais fiel à teoria original, liderada por Denise Jodelet, em Paris; uma que procura articulá-la em uma perspectiva mais sociológica, liderada por Willem Doise, em Genebra; uma que enfatiza a dimensão cognitivo-estrutural das representações, liderada por Jean-Claude Abric, em Aix-en-Provence (Sá, 1998, p. 65).

Essa última abordagem, a estrutural, apresenta como principal teoria a Teoria do Núcleo Central (Abric, 2001; Sá, 1996), que defende que as representações sociais são um conjunto estruturado e organizado, intimamente associado às práticas cotidianas dos grupos. Segundo Abric (2001), "a representação funciona como um sistema de interpretação da realidade que rege as relações dos indivíduos com seu ambiente físico e social, determinando seus comportamentos ou suas práticas" (p. 13). As representações sociais são, portanto, concebidas como um conjunto de crenças e saberes socialmente elaborados e partilhados, com e através dos quais nos apropriamos do mundo e lhe damos sentido.

Estruturalmente, uma representação é composta por um sistema formado por dois tipos de elementos: um central e um periférico. No sistema central, também denominado núcleo central ou núcleo estruturante, situam-se os elementos mais estáveis e significantes de uma representação. No sistema periférico, localizam-se os elementos mais contextuais, que permitem as variações ou modulações individuais e que garantem a proteção do núcleo (Sá, 1996). "Os elementos periféricos se organizam ao redor do núcleo central" (Abric, 2001, p. 23) e constituem a interface entre o núcleo e a realidade concreta em que se elabora ou funciona a representação.

Enquanto objeto de estudo das Representações Sociais, as bebidas alcoólicas (e também o álcool e o alcoolismo) têm sido investigadas no contexto brasileiro através de estudos direcionados, principalmente, para reflexões e intervenções na área da saúde (Araújo, Silva, Conceição, Santana, & Souza, 2012; Castanha & Araújo, 2006; Meira & Arcoverde, 2010; Silva & Padilha, 2011).

Para Silva, Padilha, Santos e Araújo (2012) e Souza, Ferriani, Silva, Gomes e Souza (2010), a bebida alcoólica é socialmente representada como um agente complexo que, ao mesmo tempo em que favorece os momentos inter-relacionais, revela preconceitos em relação a quem abusa da bebida. Assim, os estudos das representações sociais também evidenciam elementos paradoxais envolvendo a prática do uso de álcool, na qual o consumo "aceitável" socialmente proporciona alegria, socialização, descontração, fuga da realidade, e o consumo sem moderação potencializa os riscos à saúde, causa acidentes, provoca violência (Araújo et al., 2012; Conceição, Silva, Araújo, Santana, & Vasconcelos, 2012). Esse consumo desregrado, segundo as conclusões de Conceição et al. (2012), em seu estudo sobre as representações sociais

da bebida alcoólica na mídia impressa brasileira, pode provocar efeitos muito mais devastadores na população jovem, uma vez que este grupo é caracterizado como mais vulnerável e mais exposto às situações de risco.

Tal exposição é particularmente intensa quando consideramos jovens do sexo masculino. Para esse estrato específico, o consumo de bebida alcoólica encontra-se relacionado ao próprio aprendizado/exercício da masculinidade (Knauth, Víctora, & Leal, 2005). Em um contexto mais amplo, que reconhece um vínculo entre as altas taxas de morbidade e mortalidade masculinas e o processo de socialização dos homens (Laurenti, Jorge, & Gotlieb, 2005), a consequência da associação entre álcool e masculinidade pode ser observada, por exemplo, nos dados do Ministério da Saúde, que indicam que 89,1% dos óbitos entre 2000 e 2006 resultantes do consumo de bebidas alcoólicas no Brasil foram de homens (Brasil, 2009a).

De forma recorrente, comportamentos não saudáveis são entendidos, pelos próprios homens, como característicos da condição masculina (Courtenay, 2000; Guerriero, Ayres, & Hearst, 2002; Sabo & Gordon, 1995; Silva, 2002; WHO, 2000), resultando no que Knauth et al. (2005) nomeiam como **vulnerabilidade de gênero**. Tal vulnerabilidade masculina tem sido reconhecida mais recentemente, inclusive por meio de política governamental (Brasil, 2009b), como produto de uma socialização na qual, em oposição às referências feminina e homossexual, a masculinidade de um homem está sempre à prova, sendo alvo de vigília constante por parte dos outros homens (Kimmel, 1997; Korin, 2002; Olavarria, 2002; Trindade & Nascimento, 2004). Assim, envolvidos ativamente em um processo de aprendizagem e construção das regras e expectativas às quais se submetem (Connel, 1998; Herrera & Rodríguez, 2001), mesmo que as ações associadas a essas regras e expectativas signifiquem em várias situações um risco à integridade física dos próprios homens (Keijzer, 1997), os sujeitos do sexo masculino, com variações admitidas por classe social, raça, orientação sexual e nível de escolaridade, entre outras, talvez estejam entendendo o consumo de bebidas alcoólicas como algo naturalmente esperado da sua condição masculina.

Em relação às variações que acabamos de reconhecer e ao observarmos os dados do I Levantamento Nacional sobre o Uso de Álcool, Tabaco e Outras Drogas entre Universitários das 27 Capitais Brasileiras (Brasil, 2010), que apontam o álcool como a substância psicoativa mais consumida entre os jovens universitários, com alta prevalência de uso entre os estudantes do sexo masculino, escolhemos, como população para este estudo, os estudantes de graduação da Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG. O perfil do estudante da UFMG é retratado como de classe média, que se autodeclara de cor branca, solteiro, com média de 20 anos de idade, sendo a maioria da comunidade formada por estudantes homens (Braga & Peixoto, 2006).

Pensamos, assim como Pedrosa, Camacho, Passos e Oliveira (2011) e Pillon e Corradi-Webster (2006), que a entrada na universidade possibilita ao jovem novas experiências e autonomia, mas também maior vulnerabilidade, principalmente em relação ao consumo de bebidas alcoólicas e à adoção de comportamentos de risco. Nesse sentido, interessou-nos investigar as representações sociais da bebida alcoólica para um grupo de jovens universitários do sexo masculino, com os objetivos de: (a) identificar e descrever os possíveis aspectos estruturais da representação social da bebida alcoólica, destacando elementos centrais e periféricos; (b) identificar e descrever se e como, segundo os entrevistados, as representações sociais da bebida (álcool) se relacionam com o consumo de álcool relatado; (c) examinar as possíveis consequências positivas e negativas, segundo os entrevistados, para o consumo das bebidas alcoólicas; e (d) verificar como o processo de socialização masculino está ligado a esse consumo.

## Método

Sujeitos: 361 alunos (sexo masculino) de cursos de graduação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG – Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil), sendo: 121 pertencentes à área de Ciências Exatas, 119 à área de Ciências Humanas e 121 à área de Ciências Biológicas e da Saúde.

Instrumento: questionário composto por 15 questões abertas e fechadas, contemplando os seguintes elementos: 1) dados pessoais; 2) aspectos estruturais das representações sociais da bebida alcoólica (Técnica de Associação Livre de Palavras); 3) primeiro uso (tipo de bebida, lugar, companhia e situação relativos ao primeiro contato com a bebida alcoólica) e uso atual (tipo de bebida, lugares, companhias e situações mais frequentes para o consumo atual) de bebidas alcoólicas; 4) consequências positivas e negativas para o consumo de bebidas alcoólicas. Para a investigação dos elementos estruturais das representações sociais da bebida alcoólica, foi utilizada a Técnica de Associação Livre de Palavras (TALP), que consiste em solicitar ao entrevistado que explicita as palavras e expressões que lhe vierem à mente no momento da apresentação de um termo indutor (no nosso caso, "bebida alcoólica") (Abric, 2001).

Procedimentos de coleta de dados: questionário auto aplicado. Coleta realizada em salas de aula, com prévia autorização dos professores e dos diretores responsáveis pelas unidades acadêmicas da referida universidade (Instituto de Ciências Exatas, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Instituto de Ciências Biológicas, Faculdade de Odontologia, Faculdade de Medicina). Após serem informados sobre os objetivos da pesquisa, todos os sujeitos que concordaram em participar assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (número do protocolo de aprovação no COEP/UFMG: 28193).

Procedimentos de análise de dados: os dados obtidos através da Técnica de Associação Livre de Palavras (TALP) foram analisados com o auxílio do *software* EVOC (*Ensemble de programmes permettant l'analyse des évocations*). Na presente investigação, as evocações iniciais foram previamente reagrupadas por critérios semânticos. Na análise realizada pelo EVOC (denominada Análise do Quadro de Quatro Casas), são consideradas, para a identificação da estrutura da representação social, a frequência e a ordem média de evocação das palavras e expressões geradas. As palavras com alta frequência e baixa ordem de evocação (mais prontamente evocadas) compõem o núcleo, também denominado primeiro quadrante, e constituem os prováveis elementos centrais da representação. As palavras e expressões situadas nos demais quadrantes referem-se àqueles elementos que são muito provavelmente periféricos (Wachelke & Wolter, 2011). As demais questões abertas do questionário foram submetidas à Análise de Conteúdo (Bardin, 2003, 2009; Bauer, 2002; Vala, 2003), considerando-se o tema como unidade de análise. Os dados pessoais foram organizados segundo sua frequência e sua porcentagem.

## Resultados

Nesta seção, serão apresentadas, de forma predominantemente descritiva, as principais características pessoais dos entrevistados, a Análise do Quadro de Quatro Casas e a Análise de Conteúdo das respostas relativas ao consumo de álcool pelos universitários entrevistados. Procederemos à discussão integrada desse conjunto de dados na seção de Discussão.

### Participação na pesquisa

Participaram da presente investigação 361 sujeitos do sexo masculino, matriculados em diversos cursos de graduação da Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG. A média de idade dos entrevistados foi de 21,05 anos (DP = 3,73), sendo que 90,0%

dos participantes (325 sujeitos) tinham entre 18 e 24 anos de idade, caracterizando um grupo predominantemente jovem.

#### Análise do Quadro de Quatro Casas

A análise efetuada pelo *software* EVOC das respostas evocadas pelos universitários diante do termo indutor "bebida alcoólica" permitiu uma primeira identificação dos prováveis elementos centrais e periféricos da representação social da bebida alcoólica para os entrevistados.

Em relação ao *corpus* formado, foram evocadas 326 diferentes palavras ou expressões (frequência total de 1.864 palavras e expressões). Consideramos, para a organização dos quadrantes/casas, a frequência intermediária de 25 menções e a ordem média de evocação (OME) de 2,5 (numa escala de 1 a 5). A frequência mínima considerada para inclusão das palavras ou expressões nos quadrantes/casas foi 5. A análise combinada desses dados resultou no quadro de quatro casas apresentado a seguir (Tabela 1).

Tabela 1: Frequência e ordem média da evocação (OME) para o termo indutor "bebida alcoólica" (N = 361)

		OME < 2,5		OME ≥ 2,5			
		Evocações	f	OME	Evocações	f	OME
FREQUÊNCIA	≥ 25	festa	188	2,144	amigos	97	3,165
		cerveja	117	2,017	diversão	84	2,548
					bar	67	2,925
					acidentes	55	3,455
					ressaca	47	3,766
					alegria	39	3,128
					mulheres	38	3,342
					vodka	34	3,000
					bêbado	32	2,969
					socialização	25	2,840
	< 25	álcool	20	1,700	sexo	24	2,792
		balada	12	2,333	vício	20	2,750
		descontrole	9	2,333	fim de semana	17	3,353
		liberdade	8	2,375	tonto	12	2,667
		tequila	5	2,400	trânsito	7	3,286
					vinho	7	3,857
					válvula de	6	2,833
					escape		
					saúde	5	4,000
			vômito	5	4,000		
			zoação	5	2,800		

Nota: número total de palavras = 1.864; número de palavras diferentes = 326.

Conforme pode ser observado na Tabela 1, temos como elementos centrais da representação social da bebida alcoólica as palavras "festa" e "cerveja", ambas com altas frequências (188 e 117 menções, respectivamente) e ordens médias de evocação inferiores a 2,5 (2,144 e 2,017, respectivamente). Como elementos da periferia mais próxima, ou seja, aqueles com ordem de evocação superior a 2,5, mas com alta frequência, temos, entre outras, as palavras amigos (f = 97; OME = 3,165), diversão (f = 84; OME = 2,548), bar (f = 67; OME = 2,925) e acidentes (f = 55; OME = 3,455). Na segunda periferia (terceiro quadrante/casa), formada pelas palavras e expressões com números de menções inferiores à frequência intermediária, mas com baixa OME, encontramos, entre outras, álcool (f = 20; OME = 1,700), balada (f = 12; OME = 2,333) e descontrole (f = 9; OME = 2,333). Eventualmente, esse quadrante/casa também é denominado "zona de contraste", indicando a possível existência de uma segunda

representação social, específica de um subgrupo de entrevistados. No nosso caso, os elementos pertencentes a esse quadrante/casa mostram-se coerentes, em termos de campo semântico, com aqueles observados nos outros quadrantes/casas. Por fim, na periferia mais distante (quarto quadrante/casa), aparecem alguns dos elementos característicos veiculados no contexto mais cotidiano e particularizado dos sujeitos, como sexo ( $f = 24$ ; OME = 2,792), vício ( $f = 20$ ; OME = 2,750) e fim de semana ( $f = 17$ ; OME = 3,353).

Consumo relatado: tipos de bebidas, lugares, companhias e situações

O consumo de álcool na vida<sup>2</sup> foi relatado por 336 sujeitos (93% dos respondentes). Dos sujeitos que já consumiram bebidas alcoólicas pelo menos uma vez na vida, 262 (78% dos respondentes) afirmaram que continuam consumindo e 74 (22% dos respondentes) relataram não beber atualmente. Os principais motivos listados por aqueles que não consomem bebidas alcoólicas foram: não gostar da bebida (27,8% das respostas), não ter interesse (15,2%), já ter passado ou passar mal após o consumo (15,2%), questões de saúde (12,7%).

Os tipos de bebidas consumidos foram categorizados em "destilado", "fermentado" e "todos os tipos de bebidas alcoólicas" (que inclui, neste último caso, a referência simultânea às outras duas categorias), como disposto na Tabela 2. Houve uma frequência aproximada de respostas entre as bebidas destiladas (49,2% das respostas) e fermentadas (46,5%) para o consumo atual. Quanto à bebida com a qual o sujeito teve seu primeiro contato, as fermentadas foram mais frequentemente referidas (53,2%). Como subcategorias, a cerveja aparece como a bebida alcoólica mais consumida (34,5% das respostas para o uso atual e 40% das respostas para o primeiro uso), seguida pela vodka (15,5% das respostas para o uso atual e 21,5% das respostas para o primeiro uso).

Tabela 2: Frequência das bebidas alcoólicas mais consumidas, por tipo de bebida

Categorias	Primeiro uso		Uso atual	
	f	%	f	%
Destilado	120	45,3	302	49,2
Fermentado	141	53,2	287	46,5
Todos os tipos de bebidas alcoólicas	4	1,5	25	4,1
Total de respostas	265	100,0	614	100,0

Nota: número de respondentes para o uso atual = 262; número de respondentes para o primeiro uso = 249.

Como principais lugares para o consumo das bebidas alcoólicas, os estudantes indicaram o "bar", a "balada, festa, *show*", a "própria casa" e a "casa de amigos" (Tabela 3). O primeiro contato com a bebida alcoólica se deu, sobretudo, nas festas, baladas ou *shows* (34,1% das respostas) e na própria casa do estudante (16,5%). Atualmente, o bar é o lugar mais frequentemente referido para o consumo do álcool (33,5%).

Tabela 3: Frequência do consumo das bebidas alcoólicas, por lugar de consumo

Categorias	Primeiro uso		Uso atual	
	f	%	f	%
Bar	20	8,0	221	33,5
Balada, festa, <i>show</i>	85	34,1	197	29,9
Própria casa	41	16,5	105	15,9

Continua

<sup>2</sup> A expressão **uso na vida** significa o uso de qualquer substância psicoativa pelo menos uma vez na vida (Brasil, 2010).

Continuação

Casa de amigos	32	12,9	68	10,3
Restaurante	-	-	21	3,2
Praça/rua	13	5,2	12	1,8
Casa de parentes	24	9,6	8	1,2
Sítio/fazenda	10	4,0	5	0,8
Faculdade	-	-	5	0,8
Não há lugar específico	-	-	8	1,2
Outros lugares	24	9,6	9	1,4
Total de respostas	249	100,0	659	100,0

Nota: número de respondentes para o uso atual = 262; número de respondentes para o primeiro uso = 249.

Os estudantes relataram, ainda, que consomem as bebidas alcoólicas na companhia dos "amigos", "familiares", "namorada(o)", "conhecidos/colegas" ou "sozinhos" (Tabela 4). Os amigos são referidos como as companhias mais frequentes, tanto para o uso atual quanto no primeiro uso (58,8% e 66,4% das respostas, respectivamente), seguidos pelos familiares (25,3% e 26,0% das respostas, respectivamente).

Tabela 4: Companhias relacionadas para o consumo das bebidas alcoólicas

Categorias	Primeiro uso		Uso atual	
	f	%	f	%
Amigos	166	66,4	251	58,8
Familiares	65	26,0	108	25,3
Namorada(o)	1	0,4	28	6,6
Conhecidos/colegas	12	4,8	21	4,9
Sozinho	6	2,4	14	3,3
Mulheres	-	-	5	1,2
Total de respostas	250	100,0	427	100,0

Nota: número de respondentes para o uso atual = 262; número de respondentes para o primeiro uso = 250.

As situações em que ocorreu o primeiro contato com as bebidas alcoólicas mais referidas pelos estudantes foram: (a) as festas e comemorações (60,7% das respostas); (b) as situações em que tiveram a oportunidade de experimentar ou estavam curiosos (15,3%). Como situações mais propícias para se consumir as bebidas alcoólicas atualmente, os estudantes apontaram: (a) as festas e comemorações (40,0% das respostas); (b) os momentos de socialização e confraternização (17,2%); (c) os finais de semana e feriados (15,2%) (Tabela 5).

Tabela 5: Frequência das situações para o consumo das bebidas alcoólicas

Categorias	Primeiro uso		Uso atual	
	f	%	f	%
Festas e comemorações	147	60,7	156	40,0
Socialização/confraternização	29	12,0	67	17,2
Finais de semana e feriados	-	-	61	15,2
Diversão/descontração	14	5,8	28	7,2
Happy hour	-	-	19	4,9
Jogo de futebol	-	-	18	4,6
Jantares/sair para comer	-	-	8	2,1
Cotidiano	-	-	6	1,5

Continua



Continuação				
Para experimentar/curiosidade	37	15,3	-	-
Nenhuma situação especial	9	3,7	17	4,4
Outras situações	6	2,5	10	2,6
Total de respostas	242	100,0	390	100,0

Nota: número de respondentes para o uso atual = 260; número de respondentes para o primeiro uso = 242.

#### Consequências positivas e negativas do consumo de bebidas alcoólicas

O universo das bebidas alcoólicas implica, além de questões mais gerais sobre o tema, certos posicionamentos, que puderam ser identificados através daquilo que os sujeitos consideraram ser positivo ou negativo em relação a seu consumo.

Observamos que o conjunto de consequências apontadas como positivas para o consumo das bebidas alcoólicas (N = 887) faz referência àquelas consequências que implicam diretamente o sujeito (vistas como consequências individuais), como, por exemplo: possibilitar, ao sujeito, "socialização, interação social" (26,4% do total das respostas), "diversão, alegria" (17,0%), "desinibição, mais confiança/autoestima" (13,3%), "descontração, relaxamento" (11,2%), "prazer" (10,3%) (Tabela 6).

Tabela 6: Consequências positivas do consumo de bebidas alcoólicas

<b>Categorias</b>	<b>f</b>	<b>% das respostas</b>	<b>% de respondentes que mencionaram a categoria (n = 361)</b>
Socialização, interação social	234	26,4	64,8
Diversão, alegria	151	17,0	41,8
Desinibição, mais confiança/autoestima	118	13,3	32,7
Descontração, relaxamento	99	11,2	27,4
Prazer	91	10,3	25,2
Torna pessoas ou lugares mais animados/agradáveis	46	5,2	12,7
Ajuda a esquecer os problemas	24	2,7	6,6
Faz bem à saúde, quando consumidas moderadamente	21	2,4	5,8
Movimenta a economia/gera lucro	15	1,7	4,2
Ajuda a aproveitar ambientes ou situações	13	1,5	3,6
Aceitação social	12	1,4	3,3
Reduz os critérios	9	1,0	2,5
Festejar/comemorar	8	0,9	2,2
Traz boas recordações	6	0,7	1,7
(Novas) experiências	6	0,7	1,7
Sexo	5	0,6	1,4
Outras consequências positivas	29	3,3	8,0
Total	887	100,0	-

A principal consequência positiva, segundo os entrevistados, é a socialização/interação social, mencionada por mais da metade dos sujeitos desta pesquisa (64,8% dos respondentes). No total das respostas, apenas 2,5% dos respondentes disseram que para o uso de álcool não há consequências positivas.

No conjunto das consequências negativas (N = 945), observamos, além daquelas mais individualizadas, como "prejuízos à própria saúde física e psicológica (a curto, médio e longo prazos)" (20,4% das respostas), "alterações biológicas e compor-

tamentais" (17,4%) e "efeitos desagradáveis no dia seguinte" (16,9%), um outro grupo de categorias que, ainda que possuam menor frequência, se referem às consequências sociais, ou seja, àquelas consequências que de alguma forma são também negativas para outras pessoas, como "violência, agressividade" (5,7%), "problemas familiares" (1,2%) e "prejuízos a terceiros" (0,5%) (Tabela 7).

Tabela 7: Consequências negativas do consumo de bebidas alcoólicas

<b>Categorias</b>	<b>f</b>	<b>% das respostas</b>	<b>% de respondentes que mencionaram a categoria (n = 361)</b>
Prejuízos à própria saúde física e psicológica (a curto, médio e longo prazos)	193	20,4	53,5
Alterações biológicas e comportamentais	164	17,4	45,4
Efeitos desagradáveis no dia seguinte	160	16,9	44,3
Possibilidade de vício, dependência	92	9,7	25,5
Acidentes (com ou sem morte)	85	9,0	23,5
Violência, agressividade	54	5,7	15,0
Prejuízo financeiro	41	4,3	11,4
Atrapalha dirigir	22	2,3	6,1
Prejuízos sociais	21	2,2	5,8
Ficar embriagado	17	1,8	4,7
Irresponsabilidade	17	1,8	4,7
Comportamentos ou situações de risco	12	1,3	3,3
Problemas familiares	11	1,2	3,0
O excesso	11	1,2	3,0
Morte	6	0,6	1,7
Prejuízos a terceiros	5	0,5	1,4
Outras consequências negativas	34	3,6	9,4
Total	945	100,0	-

As principais consequências negativas, segundo os entrevistados, se enquadram na categoria "prejuízos à própria saúde física e psicológica", mencionada por 53,5% dos respondentes desta pesquisa.

## **Discussão**

Os resultados do presente estudo revelam que a representação social dos universitários consultados, sobre a bebida alcoólica, se inscreve em um contexto de crenças e atitudes predominantemente positivas associadas ao consumo dessa substância.

O momento de experimentação das bebidas alcoólicas (primeiro uso) e o consumo atual relatados possibilitaram uma leitura de como as bebidas começaram e como continuam a fazer parte da vida dos entrevistados. Neste estudo, não tínhamos a intenção de investigar a idade de experimentação, mas sim entender o contexto em que aconteceu o primeiro contato com a bebida e como, conseqüentemente, ele se dá na atualidade. Os resultados mostram que os aspectos investigados (tipos de bebidas, lugares, companhias e situações de consumo) evidenciam, desde o início, o uso do álcool como um elemento relativo à socialização masculina (Knauth et al., 2005).

Encontramos uma prevalência do consumo de álcool significativamente elevada para a amostra estudada, na qual 93% dos entrevistados afirmaram já ter experimentado algum tipo de bebida alcoólica pelo menos uma vez na vida. Os resultados são concordantes com outras investigações a respeito do consumo de álcool e outras drogas no Brasil, que revelam que o consumo de álcool entre os jovens alcança altas prevalências, podendo atingir índices ainda maiores quando se trata da população universitária (Alves et al., 2005; Baus, Kupek, & Pires, 2002; Brasil, 2010; Lemos et al., 2007; Nunes et al., 2012).

O conjunto das informações obtidas caracteriza, principalmente, a etapa atual de vida dos sujeitos, na qual o contato com a bebida alcoólica se torna mais frequente, sendo, muitas vezes, facilitado pelas diversas formas de relações estabelecidas no ambiente universitário. A bebida alcoólica está associada, principalmente, à ideia de festa, abrangendo os lugares e as situações em que normalmente ocorre o seu consumo. A diversão, a alegria e a socialização são aspectos salientados pelos sujeitos como produtos desse consumo, adquirindo quase sempre uma conotação positiva. A cerveja é relatada como a bebida alcoólica mais consumida, dentre outras como a vodka, o vinho e a tequila. Estudos realizados com universitários da Universidade Federal do Espírito Santo (Pereira et al., 2008; Teixeira, Souza, Buaiz, & Siqueira, 2010), com o objetivo de traçar o perfil do uso de substâncias psicoativas entre os estudantes de Odontologia e Medicina, também revelaram que as festas e as comemorações são situações mais frequentes para a utilização de bebidas alcoólicas, sendo a cerveja ou o chope a bebida mais consumida pelos universitários investigados, seguida pelos destilados.

Neste estudo, observamos duas categorias centrais na análise das representações sociais da bebida alcoólica: uma que envolve o caráter socializador da bebida e outra que abarca as consequências adversas do consumo.

O ato de beber faz parte de um conjunto de estratégias que, segundo os entrevistados, facilitam a convivência entre as pessoas. Assim, a bebida alcoólica parece ser considerada um componente relevante da convivência entre os jovens e, portanto, de seu processo de socialização.

O contexto universitário pode refletir determinadas regras e valores que pautam as relações sociais e orientam o comportamento de beber dos homens jovens. Estar na universidade inaugura um período de maior liberdade e autonomia, mas também de maior suscetibilidade ao uso de álcool e suas consequências (Brasil, 2010; Pedrosa et al., 2011; Pillon & Corradi-Webster, 2006). Nesse cenário, surge a crença de que as bebidas alcoólicas geram mais diversão e facilitam a interação no grupo, caracterizando-as como elemento de uma sociabilidade que envolve, no caso do grupo investigado, amigos, mulheres, sexo. O ato de beber é, na maioria das vezes, realizado em locais públicos e na companhia de outras pessoas, sobretudo outros homens. Assim, as bebidas alcoólicas, consumidas de maneira coletiva e recreativa, parecem ter a finalidade de ajustar socialmente os jovens ao grupo de pertencimento.

Observamos que os estudantes parecem buscar no álcool seus efeitos primários, relacionados a uma maior desinibição, diversão e descontração, o que reitera o comportamento de beber como um elemento associado ao processo de socialização. Num primeiro momento, as bebidas produzem uma sensação de bem-estar. Entretanto, o consumo contínuo e abusivo pode trazer complicações físicas, psíquicas e sociais. Alguns autores explicam que, embora os universitários conheçam as consequências negativas do uso e abuso das bebidas alcoólicas, a busca constante por substâncias que aliviam situações estressantes e ansiogênicas pode resultar em um uso abusivo capaz de gerar efeitos prejudiciais ao próprio indivíduo e a quem o cerca (Almeida, 2011; Peuker et al., 2006).

Neste estudo, consideramos como consequências adversas do consumo das bebidas alcoólicas aquelas que são negativas para os sujeitos ou que trazem algum prejuízo a sua vida social, sendo referidas, principalmente, em situações de consumo abusivo. Os dados demonstram que o consumo excessivo do álcool pode, segundo os sujeitos, produzir efeitos a curto, médio e longo prazos, como ficar bêbado, descontrolado, ter ressaca, se tornar um dependente alcoólico. Ou, ainda, culminar em consequências que podem envolver também outros indivíduos, como os acidentes, especialmente os acidentes de trânsito. Dados semelhantes foram encontrados nos estudos de Soares et al. (2011), Oliveira et al. (2009), Pillon, O'Brien e Chavez (2005) e Pechansky et al. (2004), revelando que a prática de consumo abusivo gera situações de risco e eventos indesejáveis, como embriaguez, problemas de saúde, violências, etc.

Na tentativa de articular esse conjunto de informações, poderíamos propor que para os jovens universitários, participantes desta investigação, as bebidas alcoólicas estão essencialmente associadas às festas, à diversão, ao relaxamento, e apresentam, portanto, um caráter socializador. Os locais e as situações para o beber são coletivos, mas as principais consequências advindas do consumo são individuais, ficando o próprio sujeito responsabilizado por seu ato de beber. A representação social da bebida alcoólica é construída em torno de um núcleo e uma periferia em que se destacam, predominantemente, elementos positivos. Contudo, a associação das bebidas a elementos como os acidentes, por exemplo, pode indicar o início de uma possível reconfiguração dessa representação, ainda que não signifique a existência de algum impacto na associação entre o consumo de bebidas alcoólicas e masculinidade. Quanto a esse ponto, vale a pena retomar os **elementos paradoxais** identificados por Araújo et al. (2012) e Conceição et al. (2012), referentes à conjugação de elementos positivos e negativos relativos ao consumo de bebidas alcoólicas. Analisada sob o ponto de vista dos estudos sobre a masculinidade, essa conjugação reitera a construção/exercício das referências ao controle e ao excesso, bem como o aprendizado do manejo do risco a elas associado, como características da socialização dos homens.

### **Considerações finais**

Os dados encontrados sobre as condições associadas ao consumo de bebidas alcoólicas entre os estudantes universitários estão coerentes com a literatura revisada.

Altos índices de consumo de álcool foram relatados pelos estudantes pesquisados, sendo possível que a maior independência, as condições de vida e as demandas universitárias sejam situações estimuladoras dessa prática. Além disso, há também o fato de que o próprio grupo de estudantes influencia o comportamento de beber e, quando pensamos em um grupo composto por estudantes do sexo masculino, os fatores ligados à masculinidade reforçam essa prática como parte da própria identidade do homem. O ato de beber passa a ser aceito como uma expressão da masculinidade e como um componente do processo de socialização (Mendoza, 2004).

Ao investigarmos as representações sociais da bebida alcoólica entre os homens jovens universitários da UFMG, a partir da identificação dos possíveis elementos estruturais dessa representação, buscamos entender quais as crenças compartilhadas por essa população sobre esse objeto social.

O tema é amplo e demanda novas investigações. Esperamos que, ao conhecer melhor os padrões de consumo das bebidas alcoólicas por homens jovens, governos e instituições de ensino possam promover ações mais eficazes de prevenção ao consumo de risco dessas bebidas junto a esse público.

## Referências

- Abric, J. C. (Org.). (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacán.
- Almeida, N. D. (2011). Uso de álcool, tabaco e drogas por jovens e adultos da cidade de Recife. *Psicologia Argumento*, 29(66), 295-302.
- Alves, M. V. Q. M., Costa, M.C. O., Nascimento Sobrinho, C. L., Santos, C. A. S. T., Gomes, W.A., & Assis, D. R. (2005). Uso de bebidas alcoólicas entre adolescentes: perfil de experimentação, uso regular e fatores de risco. *Revista baiana de saúde pública*, 29(1), 91-104.
- Araújo, J. S., Silva, S. E. D, Conceição, V. M., Santana, M. E., & Souza, R. F. (2012). A bebida alcoólica no contexto laboral: um diálogo mediado pelas representações sociais. *Tempus: Actas de Saúde Coletiva*, 6(3), 217-233.
- Bardin, L. (2003). L'analyse de contenu et de la forme des communications. In S. Moscovici, & F. Buschini (Orgs.), *Les méthodes des sciences humaines* (pp. 243-270). Paris: PUF.
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauer, M. W. (2002). Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In M. W. Bauer, & G. Gaskell (Orgs.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som* (pp. 189-217). Petrópolis: Vozes.
- Baus, J., Kupek, E., & Pires, M. (2002). Prevalência e fatores de risco relacionados ao uso de drogas entre escolares. *Revista de Saúde Pública*, 36(1), 40-46.
- Braga, M. M., & Peixoto, M. C. L. (2006). *Censo socioeconômico e étnico dos estudantes de graduação da UFMG*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Brasil, Ministério da Saúde. (2009a). *Diagnóstico completo da saúde do homem*. Disponível em [http://portal.saude.gov.br/portal/saude/visualizar\\_texto.cfm?idtxt=33353&janela=1](http://portal.saude.gov.br/portal/saude/visualizar_texto.cfm?idtxt=33353&janela=1). Acesso em 20 de março de 2013.
- Brasil, Ministério da Saúde. (2009b). *Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem/ Plano de Ação Nacional (2009-2011)*. Disponível em [http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/plano\\_saude\\_homem.pdf](http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/plano_saude_homem.pdf). Acesso em 20 de março de 2013.
- Brasil, Gabinete de Segurança Institucional, Secretaria Nacional Antidrogas (2010). *I Levantamento Nacional sobre o Uso de Álcool, Tabaco e Outras Drogas entre Universitários das 27 Capitais Brasileiras*. Brasília: SENAD.
- Campos, J. A. D. B., Almeida, J. C., Garcia, P. P. N. S., & Faria, J. B. (2011). Consumo de álcool entre estudantes do ensino médio do município de Passos - MG. *Ciência & Saúde Coletiva*, 16(12), 4745-4754.
- Castanha, A. R., & Araújo, L. F. (2006). Álcool e agentes comunitários de saúde: um estudo das representações sociais. *Psico-USF*, 11(1), 85-94.
- Colares, V., Franca, C., & Gonzalez, E. (2009). Conduas de saúde entre universitários: diferenças entre gêneros. *Cadernos de Saúde Pública*, 25(3), 521-528.

- Conceição, V. M., Silva, S. E. D., Araújo, J. S., Santana, M. E., & Vasconcelos, E. V. (2012). As representações sociais da bebida alcoólica e suas consequências na sociedade expressas pela mídia impressa. *Enfermagem em foco*, 3(1), 42-45.
- Connel, R. (1998). El imperialismo y el cuerpo de los hombres. In T. Valdés, & J. Olavarría (Orgs.), *Masculinidades y equidade de género em América Latina* (pp. 76-89). Santiago: FLACSO-Chile.
- Courtenay, W. H. (2000). Constructions of masculinity and their influence on men's well-being: a theory of gender and health. *Social Science & Medicine*, 50(10), 1385-1401.
- Dea, H. R. F. D., Santos, E. M., Itakura, E., & Olic, T. B. (2004). A inserção do psicólogo no trabalho de prevenção ao abuso de álcool e outras drogas. *Psicologia: Ciência Profissão*, 24(1), 108-115.
- Ferreira, L. N., Sales, Z. N., Casotti, C. A., Bispo Júnior, J. P., & Braga Júnior, A. C. R. (2011). Perfil do consumo de bebidas alcoólicas e fatores associados em um município do Nordeste do Brasil. *Cadernos de Saúde Pública*, 27(8), 1473-1486.
- Freitas, E. A. M., Mendes, I. D., & Oliveira, L. C. M. (2008). Ingestão alcoólica em vítimas de causas externas atendidas em um hospital geral universitário. *Revista de Saúde Pública*, 42(5), 813-821.
- Guerriero, I., Ayres, J. R. C. M., & Hearst, N. (2002). Masculinidade e vulnerabilidade ao HIV de homens heterossexuais. *Revista de Saúde Pública*, 36(4), 50-60.
- Herrera, G., & Rodríguez, L. (2001). Masculinidad y equidad de género: desafíos para el campo del desarrollo y la salud sexual y reproductiva. In X. Andrade, & G. Herrera (Orgs.), *Masculinidades en Ecuador* (pp. 157-178). Quito: FLACSO.
- Jodelet, D. (2005). *Loucuras e Representações Sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Jovchelovitch, S. (2008). *Os contextos do saber*. Petrópolis: Vozes.
- Keijzer, B. (1997). El varón como factor de riesgo: masculinidad, salud mental y salud reproductiva. In E. Tunón (Org.), *Género y salud en el Sureste de México* (pp. 199-219). Villahermosa: ECOSUR-UJA.
- Kimmel, M. S. (1997). Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. In I. Valdes, & J. Olavarría (Orgs.), *Masculinidades: poder y crisis* (pp. 49-62). Santiago: ISIS-FLACSO.
- Knauth, D. R., Vítora, C. G., & Leal, A. F. (2005). Liberdade, sexo e drogas: a vulnerabilidade de homens jovens de camadas populares. In R. C. F. Adorno, A. T. Alvarenga, & M. P. C. Vasconcelos (Orgs.), *Jovens, trajetória, masculinidades e direitos* (pp. 147-161). São Paulo: EdUSP.
- Korin, D. (2002). Novas perspectivas de gênero em saúde. *Adolescência Latinoamericana*, 2(2), 67-79.
- Laurenti, R., Jorge, M. H. P. M., & Gotlieb, S. L. D. (2005). Perfil epidemiológico da morbi-mortalidade masculina. *Ciência & Saúde Coletiva*, 10(1), 35-46.

- Lemos, K. M., Neves, N. M. B. C., Kuwano, A. Y., Tedesqui, G., Bitencourt, A. G. V., Neves, F. B. C. S., Guimarães, A. N., Rebello, A., Bacellar, F., & Lima, M. M. (2007). Uso de substâncias psicoativas entre estudantes de Medicina de Salvador (BA). *Revista de Psiquiatria Clínica*, 34(3), 118-124.
- Meira, A., & Arcoverde, M. A. M. (2010). Representações Sociais dos enfermeiros de unidades básicas de um distrito sanitário de Foz do Iguaçu, PR, sobre o alcoolismo. *Revista Eletrônica Saúde Mental, Álcool e Drogas*, 6(1), 1-15.
- Mendoza, A. Z. (2004). O uso de álcool na adolescência, uma expressão de masculinidade. Tese de doutorado não-publicada, Programa de Pós-Graduação em Enfermagem Psiquiátrica, Universidade de São Paulo, 156pp.
- Moreno, R. S., Ventura, R. N., & Bretas, J. R. S. (2010). O uso de álcool e tabaco por adolescentes do município de Embu, São Paulo, Brasil. *Revista da Escola de Enfermagem-USP*, 44(4), 969-977.
- Moscovici, S. (1978). *A Representação Social da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Moscovici, S. (2003). *Representações Sociais: investigações em Psicologia Social*. Petrópolis: Vozes.
- Nunes, J. M., Campolina, L. R., Vieira, M. A., & Caldeira, A. P. (2012). Consumo de bebidas alcoólicas e prática do binge drinking entre acadêmicos da área da saúde. *Revista de psiquiatria clínica*, 39(3), 94-99.
- Olavarría, J. (2002). Masculinidades, Poderes y Vulnerabilidades. In FLACSO-Chile (Org.), *Chile 2003-2004: los nuevos escenarios (inter) nacionales* (pp. 227-244). Santiago: FLACSO-Chile.
- Oliveira, E. B., Cunningham, J., Strike, C., Brands, B., & Wright, M. G. M. (2009). Normas percebidas por estudantes universitários sobre o uso de álcool pelos pares. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 17, 878-885.
- Pechansky, F., Szobot, C. M., & Scivoletto, S. (2004). Uso de álcool entre adolescentes: conceitos, características epidemiológicas e fatores etiopatogênicos. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 26(1), 14-17.
- Pedrosa, A. A. S., Camacho, L. A. B., Passos, S. R. L., & Oliveira, R. V. C. (2011). Consumo de álcool entre estudantes universitários. *Cadernos de Saúde Pública*, 27(8), 1611-1621.
- Pereira, D. S., Souza, R. S., Buaiç, V., & Siqueira, M. M. (2008). Uso de substâncias psicoativas entre universitários de medicina da Universidade Federal do Espírito Santo. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 57(3), 188-195.
- Peuker, A. C., Fogada, J., & Bizarro, L. (2006). Expectativas e beber problemático entre universitários. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 22(2), 193-200.
- Picolotto, E., Libardoni, L. F. C., Migott, A. M. B., & Geib, L. T. C. (2010). Prevalência e fatores associados com o consumo de substâncias psicoativas por acadêmicos de enfermagem da Universidade de Passo Fundo. *Ciência & Saúde Coletiva*, 15(3), 645-654.

- Pillon, S. C., O'Brien, B., & Chavez, K. A. P. (2005). A relação entre o uso de drogas e comportamentos de risco entre universitários brasileiros. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 13(2), 1169-1176.
- Pillon, S. C., & Corradi-Webster, C. M. (2006). Teste de identificação de problemas relacionados ao uso de álcool entre estudantes universitários. *Revista de Enfermagem UERJ*, 14(3), 325-332.
- Pillon, S. C., Santos, M. A., Gonçalves, A. M. S., Araújo, K. M., & Funai, A. (2010). Fatores de risco, níveis de espiritualidade e uso de álcool em estudantes de dois cursos de enfermagem. *SMAD, Revista Eletrônica Saúde Mental, Álcool e Drogas*, 6, 493-513.
- Portugal, F. B., Souza, R. S., Buaiz, V., & Siqueira, M. M. (2008). Uso de drogas por estudantes de Farmácia da Universidade Federal do Espírito Santo. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 57(2), 127-132.
- Sá, C. P. (1996). *Núcleo Central das Representações Sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Sá, C. P. (1998). *A construção do objeto de pesquisa em Representações Sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Sabo, D., & Gordon, D. F. (1995). Rethinking Men's Health and Illness. In D. Sabo, & D. F. Gordon (Orgs.), *Men's Health and Illness: gender, power and the body* (pp. 1-21). Thousand Oaks: Sage.
- Silva, C. G. M. (2002). O significado de fidelidade e as estratégias para prevenção da aids entre homens casados. *Revista de Saúde Pública*, 36(4), 40-49.
- Silva, S. E. D., & Padilha, M. I. (2011). História de vida e alcoolismo: representações sociais de adolescentes. *Revista Mineira de Enfermagem*, 15(1), 70-78.
- Silva, S. E. D., Padilha, M. I., Santos, L. M. S., & Araújo, J. S. (2012). Representações sociais de adolescentes sobre o consumo de álcool: implicações do relacionamento familiar. *Psicologia e Saber Social*, 1(1), 129-139.
- Soares, J., Vargas, D., & Oliveira, C. (2011). O uso de álcool entre universitários e estudantes do ensino médio: análise da produção de enfermagem. *Cogitare Enfermagem*, 16(1), 154-161.
- Souza, S. L., Ferriani, M. G. C., Silva, M. A. I., Gomes, R., & Souza, T. C. (2010). A representação do consumo de bebidas alcoólicas para adolescentes atendidos em uma Unidade de Saúde da Família. *Ciência & Saúde Coletiva*, 15(3), 733-741.
- Teixeira, R. F., Souza, R. S., Buaiz, V., & Siqueira, M. M. (2010). Uso de substâncias psicoativas entre estudantes de odontologia da Universidade Federal do Espírito Santo. *Ciência & Saúde Coletiva*, 15(3), 655-662.
- Trindade, Z. A., & Nascimento, A. R. A. (2004). O homossexual e a homofobia na construção da masculinidade hegemônica. In L. Souza, & Z. A. Trindade (Orgs.), *Violência e exclusão: convivendo com paradoxos* (pp. 146-162). São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Vala, J. (2003). A análise de conteúdo. In A. S. Silva, & J. M. Pinto (Orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 101-128). Porto: Afrontamento.



Rosa L. F. A., Nascimento A. R. A.

Walchelke, J., & Wolter, R. (2011). Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 27(4), 521-526.

World Health Organization (WHO). (1986). *Young People's Health – a Challenge for Society. Report of a WHO Study Group on Young People and Health for All* (Technical Report Series, 731). Genebra: World Health Organization. Disponível em [http://whqlibdoc.who.int/trs/WHO\\_TRS\\_731.pdf](http://whqlibdoc.who.int/trs/WHO_TRS_731.pdf). Acesso em 29 de abril 2013.

World Health Organization (WHO). (2000). *Boys in the Picture*. Genebra: World Health Organization. Disponível em [http://whqlibdoc.who.int/hq/2000/WHO\\_FCH\\_CAH\\_00.8.pdf](http://whqlibdoc.who.int/hq/2000/WHO_FCH_CAH_00.8.pdf). Acesso em 20 de março de 2013.

Submetido em: 01/02/2014

Revisto em: 03/02/2015

Aceito em: 05/02/2015

### **Endereços para correspondência**

Lívia Ferreira de Araújo Rosa  
l.ferreiradearaujo@gmail.com

Adriano Roberto Afonso Nascimento  
nascimentopsi72@gmail.com

I. Psicóloga. Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. Belo Horizonte. Estado de Minas Gerais. Brasil.

II. Docente. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte. Estado de Minas Gerais. Brasil.