

FACILIDADE DE AQUISIÇÃO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS POR ADOLESCENTES EM ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS DE UMA FESTA POPULAR DE ITUMBIARA (GO)

Matheus Valentim Arruda¹ (EM), Nathália Soares da Silva¹ (EM), Fernando dos Reis de Carvalho¹ (PQ).

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (IFG) - Câmpus Itumbiara.

Área do Conhecimento: Ciências Humanas.

Dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) informam que o álcool é a substância psicoativa mais consumida no mundo, sendo também a substância mais precocemente utilizada por crianças e adolescentes. No entanto, o comportamento da sociedade brasileira frente ao consumo de bebidas alcoólicas e de cigarro por adolescentes é bastante paradoxal. Por um lado, condena o uso e abuso dessas substâncias pelos jovens, conforme estabelece a legislação nacional sobre o tema, uma vez que a Lei Federal nº 8.069/1990, conhecida como Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), estabelece a proibição da venda ou fornecimento, a crianças e adolescentes, de bebidas alcoólicas ou outros produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica. Mas, por outro lado, é permissiva quanto ao uso dessas substâncias, ao estimular propagandas do consumo e ao tolerar o uso no ambiente familiar e domiciliar, em festividades e em diversos espaços públicos. Nesse sentido, o objetivo geral deste trabalho foi investigar a facilidade com que menores de 18 anos conseguiriam comprar bebidas alcoólicas nas barraquinhas instaladas durante a realização da festa de maior participação popular do município de Itumbiara-GO. Tal investigação foi realizada conforme metodologia previamente descrita, baseada na metodologia desenvolvida pelo Pacific Institute for Research and Evaluation (“purchase surveys”), em que adolescentes, organizados em duplas ou individualmente, realizaram tentativas de aquisição de bebidas alcoólicas em tais barraquinhas. Foram feitas tentativas de compra de bebidas alcoólicas em 16 barraquinhas instaladas na área interna de realização da festa e em 5 barraquinhas da área externa, e em 100% das tentativas em todos os estabelecimentos, os adolescentes conseguiram adquirir cerveja em lata. Não houve diferenças no sucesso das tentativas, quando realizadas em duplas ou de forma individual e também não houve qualquer questionamento por parte dos vendedores quanto à idade dos adolescentes e à apresentação do documento de identificação.

Palavras-chave: *Álcool; adolescentes; venda de bebidas alcoólicas; menores de 18 anos.*

Introdução

Dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) informam que o álcool é a substância psicoativa mais consumida no mundo, sendo também a substância mais precocemente utilizada por crianças e adolescentes, os quais têm iniciado o consumo de bebidas alcoólicas em idades cada vez menores, gerando grande preocupação entre profissionais da saúde. No entanto, o comportamento da sociedade brasileira frente ao consumo de bebidas alcoólicas por adolescentes é bastante paradoxal. Por um lado, condena o uso e abuso dessas substâncias pelos jovens, conforme estabelece a legislação nacional sobre o tema, mas, por outro lado, é permissiva quanto ao seu uso, ao estimular propagandas do consumo e ao tolerar o uso no ambiente familiar e domiciliar, em festividades e em espaços públicos, como se o uso do álcool pelos jovens fosse normal e livre de consequências mais sérias (PECHANSKY; SZOBOT; SCIVOLETTO, 2004).

Resultados do VI Levantamento Nacional sobre o Consumo de Drogas Psicotrópicas entre Estudantes do Ensino Fundamental e Médio das Redes Pública e Privada de Ensino nas 27 capitais brasileiras, realizado em 2010 pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID), apontaram que 42,4% de um total de 50.890 estudantes que participaram da pesquisa, haviam consumido bebidas alcoólicas nos 12 meses anteriores à pesquisa, enquanto 9,6% relataram o uso de tabaco (cigarro) no mesmo período (CEBRID, 2010).

Outro dado relevante dessa pesquisa é que, entre os estudantes que relataram uso de bebidas alcoólicas nos 12 meses anteriores à pesquisa, 25% informaram que o último episódio de embriaguez havia ocorrido em um bar (ou outro estabelecimento comercial), 9% na casa de parentes e 8% na própria casa. Além disso, 28% daqueles que relataram episódios de embriaguez informaram que o último episódio havia ocorrido na presença de parentes próximos, como pais, tios, irmãos e/ou primos. Tais resultados retratam claramente a facilidade de acesso dos adolescentes às bebidas alcoólicas em estabelecimentos comerciais e no ambiente familiar, além da tolerância social e familiar ao consumo destas bebidas (CEBRID, 2010).

Por outro lado, a Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE), realizada em 2012 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entrevistou 109.104 estudantes do 9º ano do Ensino Fundamental, a maioria com idade entre 13 e 15 anos e revelou que 50,3% já havia ingerido pelo menos uma dose de bebida alcoólica, sendo que 31,7% daqueles com 15 anos de idade responderam ter ingerido a primeira dose antes dos 13 anos, enquanto 26,1% disseram ter bebido nos 30 dias anteriores à pesquisa. Além disso, a pesquisa aponta consumo similar entre meninos e meninas. Outro ponto relevante nos dados dessa pesquisa é que a maioria dos adolescentes entrevistados, que já haviam consumido bebidas alcoólicas anteriormente, relataram ter acesso a essas bebidas em festas (44,4% das meninas e 33,9% dos meninos), em estabelecimentos comerciais (10,5% das meninas e 21,9% dos meninos) e na própria casa (11,2% das meninas e 8,8% dos meninos) (IBGE, 2013).

Os jovens constituem o grupo populacional que apresenta maiores problemas com o consumo de bebidas alcoólicas e pesquisas apontam que os danos causados pelo álcool ao adolescente são diferentes daqueles causados aos adultos, seja por questões próprias desta etapa da vida, seja por questões relacionadas ao amadurecimento do sistema nervoso e à formação da personalidade (PECHANSKY; SZOBOT; SCIVOLETTO, 2004). Quanto mais precoce a experimentação de bebidas alcoólicas, piores as consequências e maiores os riscos de desenvolvimento de abuso e dependência de álcool (MELONI; LARANJEIRA, 2004).

Apesar da tolerância familiar e social ao consumo de bebidas alcoólicas entre os adolescentes brasileiros, a legislação nacional estabelece claramente a proibição da venda dessas substâncias para menores de 18 anos. Isso está claro nos artigos 81 e 243 da Lei Federal nº 8.069/1990, conhecida como Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que estabelece que "É proibido vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar, ainda que gratuitamente, de qualquer forma, a criança ou a adolescente, bebida alcoólica ou, sem justa causa, outros produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica", conforme redação atualizada pela Lei nº 13.106/2015 (BRASIL, 1990, 2015). Deste modo, para adolescentes, o álcool é uma substância sempre ilícita.

No entanto, conforme dados apontados anteriormente, não raro menores de 18 anos conseguem acesso facilmente a essas substâncias em estabelecimentos comerciais diversos. Isso pode ser corroborado por pesquisas, como a realizada entre 2004 e 2005 nas cidades de Paulínia e Diadema, no estado de São Paulo, em que adolescentes com idades entre 13 e 17 anos tentaram comprar bebidas alcoólicas em uma amostra aleatória de estabelecimentos comerciais dessas duas cidades e conseguiram efetuar a compra na primeira tentativa em 85,2% dos locais testados em Paulínia e em 82,4% em Diadema (ROMANO et al., 2007).

Neste contexto, este trabalho teve como objetivo investigar a facilidade de acesso de adolescentes a bebidas alcoólicas em estabelecimentos comerciais da cidade de Itumbiara-GO, a partir da avaliação do sucesso obtido por menores de 18 anos em tentativas de aquisição destas bebidas em barracas de venda instaladas em uma festa de grande participação popular na cidade.

Material e Métodos

O "Arraiá" de Itumbiara é uma festa de grande participação popular, promovida pela Prefeitura Municipal, que custeia e organiza toda a infraestrutura do evento, realizado em espaço especialmente destinado a eventos, conhecido como "Espaço Arraiá", localizado em área de fácil acesso, próxima ao centro da cidade e às margens do Rio Paranaíba. A festa tem grande participação e envolvimento da comunidade itumbiarenses e conta com a apresentação artística de cantores/as populares de grande sucesso no momento, com destaque especial para o gênero sertanejo universitário. Em 2018, o Arraiá foi realizado entre os dias 18 e 24 de junho, com apresentações de artistas renomados regional e nacionalmente em todos os dias.

Nesse espaço há diversas barraquinhas instaladas por diversas entidades do município, como associações diversas, entidades assistencialistas, grupos religiosos, dentre outros. Nessas barraquinhas são comercializados quitutes típicos e pratos variados, além de bebidas alcoólicas. Além disso, na avenida principal que dá acesso ao espaço de realização da festa são instaladas diversas barraquinhas por vendedores ambulantes, que também comercializam comidas típicas, bebidas alcoólicas e artigos diversos.

Nesse sentido, a investigação apresentada nesse trabalho foi realizada no sábado de realização da festa, quando o público é muito significativo, envolvendo as barraquinhas do espaço interno do Arraiá, bem como algumas barraquinhas da área externa do evento. A investigação foi conduzida conforme metodologia descrita por ROMANO e colaboradores (2007) que, por sua vez, foi baseada na metodologia desenvolvida pelo *Pacific Institute for Research and Evaluation* ("purchase surveys") (GRUBE; STEWART, 1999).

Para a realização das tentativas de compra de bebidas alcoólicas nas barraquinhas, foram recrutados quatro adolescentes (duas meninas e dois meninos), com idade entre 15 e 16 anos, cuja aparência física correspondia às suas respectivas idades. Esses adolescentes receberam treinamento prévio, com ênfase em informações de caráter preventivo em relação ao consumo precoce de bebidas e receberam orientações quanto à conduta no momento da compra das bebidas, principalmente para não mentirem sobre sua idade quando questionados pelos vendedores e a dizerem que a bebida seria para consumo próprio, caso fossem questionados. A participação de cada um deles foi autorizada pelos seus pais/responsáveis, por meio da assinatura de um termo de consentimento e autorização, após serem informados quanto aos objetivos da pesquisa e aos procedimentos a serem adotados.

Para as visitas às barraquinhas, os adolescentes foram conduzidos ao local da festa pelos seus pais/responsáveis, que permaneceram no local durante todo o período de realização da investigação, sem aparentar estar acompanhando os menores, mas averiguando a segurança do local e acompanhando à distância as tentativas de compra das bebidas.

Inicialmente, os adolescentes foram divididos em duplas para a realização das tentativas de compra, de modo que um dos adolescentes tentava efetuar a compra, enquanto o outro observava o gênero e idade aproximada do vendedor, bem como suas atitudes durante a venda. Após a tentativa de compra, um pequeno questionário era preenchido com informações sobre o ponto de venda, idade estimada do vendedor, resultado do teste, o tipo, preço e quantidade adquirida de bebida. Dados como o questionamento da idade do comprador, bem como a requisição de seu documento de identificação pelo vendedor também deveriam ser anotados. Os produtos deveriam ser adquiridos em embalagem fechada e imediatamente entregues aos adultos acompanhantes, em caso de sucesso na compra. Nessas tentativas, os adolescentes foram instruídos a adquirir apenas cerveja em lata de alumínio, já que outras bebidas eram

comercializadas apenas na forma fracionada (doses) e foram orientados a retornarem sem efetuar o teste, caso conhecessem alguém na barraca ou se sentissem intimidados por alguma razão.

As primeiras tentativas de compra foram realizadas em duplas (um menino e uma menina), mas posteriormente os adolescentes realizaram tentativas com duplas formadas pelos dois meninos ou pelas duas meninas e ainda, de forma individual. Toda a bebida adquirida durante as tentativas foi descartada após a investigação.

Resultados e Discussão

Conforme descrito em "Material e Métodos", as tentativas de compra foram realizadas no sábado de realização da festa, no horário compreendido entre 20 horas e 22 horas (antes da apresentação do artista do dia), quando o movimento de pessoas era menor e o deslocamento no local da festa era mais tranquilo. Na área interna do local de realização da festa, foram identificadas 16 barraquinhas comercializando bebidas alcoólicas, de modo que todas elas receberam a visita inicial das duplas de adolescentes para a primeira tentativa de aquisição. Em cerca de 40 minutos, as duas duplas passaram por todas as barraquinhas e conseguiram adquirir uma latinha de cerveja gelada em todas as 16 barraquinhas visitadas em todas as tentativas realizadas, com uma taxa de sucesso de compra de 100% (Tabela 01).

Em nenhuma das barraquinhas visitadas, os adolescentes foram questionados quanto à idade ou foram solicitados a apresentar o documento de identidade ou questionados se a bebida era para consumo próprio ou para outra pessoa. Também não houve nenhuma diferença na facilidade de compra, comparando-se a formação das duplas (um menino e uma menina ou dois meninos ou duas meninas), nem com relação à idade e sexo do vendedor.

Os adolescentes visitaram ainda 5 barraquinhas instaladas na área externa da festa e também conseguiram sucesso em todas as tentativas de aquisição de cerveja nessas barraquinhas, a exemplo do que ocorreu com aquelas da área interna (Tabela 01). Não foram feitas visitas a outras barraquinhas dessa área externa, pois o movimento nessa região era menor e a iluminação mais precária, de modo que os pesquisadores ficaram receosos com relação à segurança dos adolescentes.

Tabela 1 - Taxa de sucesso em tentativas de aquisição de bebidas alcoólicas (cerveja em lata) em barraquinhas instaladas no Espaço Arraiá de Itumbiara (GO) no dia 23 de junho de 2018.

Tipo de Visita	Nº de estabelecimentos visitados	Nº de estabelecimentos com compra efetuada	Taxa de sucesso nas tentativas de compra (%)
Dupla (sexos diferentes)	21	21	100%
Dupla (mesmo sexo)	21	21	100%
Individual	16	16	100%

Fonte: Autoria própria

Após um breve intervalo entre as primeiras tentativas de aquisição, os adolescentes fizeram novas tentativas em todas as barraquinhas da área interna, mas desta vez de forma individual. E nessas tentativas também obtiveram sucesso em 100% delas, conseguindo adquirir novamente as latinhas de cerveja em todas as barraquinhas, com a mesma facilidade com que haviam conseguido nas tentativas em duplas (Tabela 01).

Percebe-se, portanto, que há grande facilidade de aquisição de bebidas alcoólicas por adolescentes na festa de maior participação popular do município de Itumbiara, apesar da proibição de tal comercialização pela legislação nacional. Mas merece menção o fato de que a

maioria das barraquinhas visitadas estampam em sua fachada uma placa ou faixa com os dizeres do artigo do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos. Portanto, fica claro que a prática dos comerciantes desses estabelecimentos não se alinha com os dizeres na fachada de seus estabelecimentos.

Não há muitos trabalhos publicados no Brasil apresentando resultados quanto à taxa de sucesso em tentativas de aquisição de bebidas alcoólicas por adolescentes. Identificamos apenas o trabalho realizado por Romano e colaboradores (2007) nas cidades de Paulínia e Diadema, em São Paulo, com taxas de sucesso de 85,2% e 82,4%, respectivamente. No entanto, os resultados obtidos nessa investigação realizada em Itumbiara são bastante alarmantes.

Conclusões

Nota-se, a partir dos resultados obtidos, a grande facilidade de acesso ao álcool pelos adolescentes de Itumbiara (GO), apesar da proibição da comercialização dessa substância para menores de 18 anos. Percebe-se, portanto, a vulnerabilidade dessa faixa etária do município aos malefícios do álcool. Os resultados obtidos nessa investigação constituem-se em um alerta para as autoridades locais e para pais/responsáveis dos adolescentes da cidade e poderão servir de subsídio para ações mais efetivas por parte do Poder Público no sentido da coibição do acesso dos menores de 18 anos às bebidas alcoólicas. Porém, novos trabalhos devem ser realizados, investigando a facilidade de aquisição de bebidas alcoólicas por adolescentes em bares, restaurantes, lanchonetes, supermercados e demais estabelecimentos comerciais da cidade.

Agradecimentos

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Referências Bibliográficas

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 16 de julho de 1990.

_____. Presidência da República. Casa Civil. Lei nº 13.106, de 17 de março de 2015. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 18 de março de 2015.

CEBRID. Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas. UNIFESP - Universidade Federal de São Paulo. CARLINI, E. A. (supervisão). **VI Levantamento Nacional sobre o Consumo de Drogas Psicotrópicas entre Estudantes do Ensino Fundamental e Médio das Redes Pública e Privada de Ensino nas 27 Capitais Brasileiras**. Brasília-DF: SENAD -Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas, 2010. 503 p.

GRUBE; J. W.; STEWART, K. **Guide to conducting alcohol purchase surveys**. Cambridge: Office of Juvenile Justice And Delinquency Prevention, 1999.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de Pesquisas. **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar 2012**. Rio de Janeiro: IBGE, 2013. 256 p.

MELONI, J. N.; LARANJEIRA, R. Custo social e de saúde do consumo de álcool. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v. 26, n. 1, p. 7 - 10, 2004.

PECHANSKY, F.; SZOBOT, C. M.; SCIVOLETTO, S. Uso de álcool entre adolescentes: conceitos, características epidemiológicas e fatores etiopatogênicos. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v. 26, p. 14-17, 2004.

ROMANO; M.; DUAILIBI, S.; PINSKY, I.; LARANJEIRA, R. Pesquisa de compra de bebidas alcoólicas por adolescentes em duas cidades do estado de São Paulo. **Revista de Saúde Pública**, v. 41, n. 4, p. 495-501, 2007.