THE MEDIA AND VULNERABILITY OF TEENAGERS IN ALCOHOL CONSUMPTION OF PAULO FREIRE SCHOOL IN SÃO LUÍS (MA)

A MÍDIA E VULNERABILIDADE DOS ADOLESCENTES NO CONSUMO DE ÁLCOOL DA ESCOLA PAULO FREIRE EM SÃO LUÍS - MA

Hilda Dutra Junqueira Ayres Cordeiro¹; Filomena Teixeira²

1. Assistente Social, graduada na UFMA, mestranda em Educação em Saúde pelo Instituto Politécnico de Coimbra

E-mail: hilda.ayres@gmail.com

2. Professora Doutora da Escola Superior de Educação - Instituto Politécnico de Coimbra e Centro de Investigação Didática e Tecnologia na Formação de Formadores – Universidade de Aveiro

E-mail: filomena.tx@gmail.com

*Parte da pesquisa do mestrado no I em Educação para a Saúde do Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Educação

Como citar:

CORDEIRO, Hilda Dutra Junqueira Ayres; TEIXEIRA, Filomena. The media and vulnerability of teenagers in alcohol consumption of paulo freire school in São Luís (MA). In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ADOLESCENCE(S) & FÓRUM (RE)PENSANDO A EDUCAÇÃO, 3, 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Unifesp, 2017. p. 78-79.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22388/2525-5894.2017.037>

A adolescência é uma fase do desenvolvimento humano intermediária entre a infância e a idade adulta. Nessa perspectiva de ligação, ela pode ser compreendida como um período atravessado por crises que encaminham o adolescente na construção de sua identidade e representa um momento no qual o consumo de álcool é um forte atrativo. Entretanto seu consumo é prejudicial a saúde e proibido. Este estudo tem o objetivo de verificar a influência da mídia produzida e veiculada nas propagandas de cerveja e seus reflexos nos adolescentes do ensino médio da escola pública de São Luís, MA. Trata-se de um estudo descritivo, com abordagem quantitativa, com os dados extraído e analisado de um questionário, onde 245 estudantes matriculados em 2017, sendo 181 adolescentes e 51% já consumiram alguma vez, 42% faz uso frequentemente. A pesquisa constatou que 61% dos consumidores é do sexo feminino, 57% das famílias tem ciência do uso. Ao questionar sobre a influência no uso de álcool no consumo tivemos um percentual 69%, sendo a cerveja (33%) a mais influenciadora.

Percebem que a publicidade dá ênfase principalmente à proibição de menores de 18 anos, a alegria, descontração, liberdade e sexo. A pesquisa informa que 83% reconhecem que é prejudicial a saúde; 61% dos adolescentes bebem socialmente, 24% gostam do álcool e 14% afirma que a bebida que mais consome. Este último dado é preocupante, devido o risco da dependência, vez que tão pouca idade já apresenta uma escolha tão expressiva. A pesquisa apresentou que 55% dos adolescentes consomem em bares, boates e praia, 27% consomem com os amigos, 15% em companhia da família e 3% na escola. Conclui-se que é preciso trabalhar na desconstrução do estímulo exercido pela publicidade, ampliar ações educativas com a participação escolar, dos profissionais da saúde e da família como estratégias de proteção do adolescente na prevenção da dependência química precoce.