

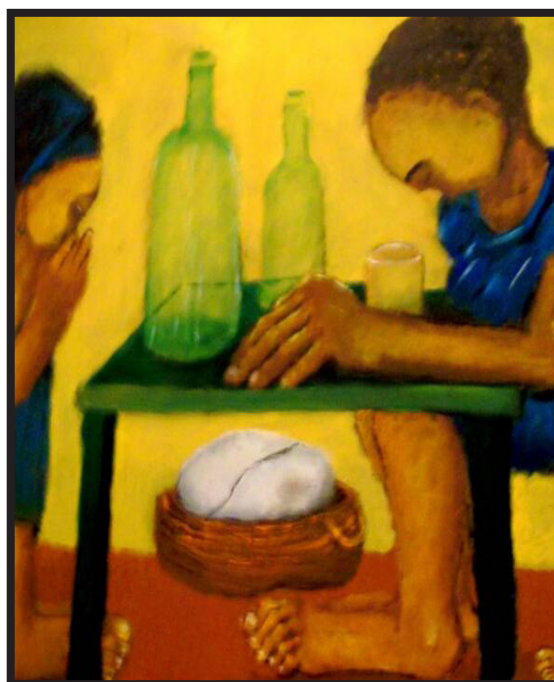
O consumo de álcool de um indivíduo é influenciado pelo padrão de consumo de seus parentes e amigos.

POR DR. RICARDO A. TEIXEIRA

Você pode salvar este artigo no seu computador e enviar para amigos



A velha preocupação que os pais e mães têm quando vêem seus filhos conviverem com amigos que consomem bebidas alcoólicas acaba de ganhar uma nova justificativa científica. Um estudo publicado na última edição do periódico *Annals of Internal Medicine* demonstra que a quantidade de bebidas alcoólicas que uma pessoa consome é proporcional ao tanto que seus amigos e parentes próximos bebem. O padrão de consumo de álcool de vizinhos e colegas de trabalho não teve a mesma influência. O estudo também demonstrou que aqueles que não bebem têm menos amigos e parentes que não bebem.



O estudo foi realizado com 12 mil pessoas da famosa população americana de Framingham que tanto já ensinou ao mundo que fatores como o tabagismo e colesterol alto podem aumentar o risco de doenças vasculares como o infarto do coração. Os voluntários do estudo foram acompanhados por mais de 20 anos e de tempos em tempos eram interrogados sobre a quantidade de álcool que consumiam. Uma das maiores implicações desse estudo é a de que políticas públicas que encorajam o uso de álcool de forma responsável devem focar em grupos sociais, e não em indivíduos.

Há alguns dias, estava com amigos num restaurante que tinha as paredes decoradas com anúncios publicitários de revistas das décadas de 1960 e 1970. Chamaram-nos muita a atenção os anúncios de cigarro que vendiam sucesso e até saúde, como era o caso da vinculação da marca Hollywood com esportes. O comentário geral foi: "incrível como isto era permitido até há tão pouco tempo atrás". Na verdade, as evidências de que cigarro causa câncer já existiam desde a década de 1950,

mas a indústria do tabaco conseguiu manter a publicidade do cigarro por muitas décadas a “plenos pulmões”. A proibição da propaganda foi uma das grandes ferramentas para reduzir os índices de tabagismo no Brasil.

Agora é a vez de lutar pela regulação do consumo de álcool em nosso meio, pois os números do custo do álcool à sociedade não são muito diferentes dos do cigarro. Vale conscientizar a população que o álcool não é problema só de quem bebe. Seu custo social é tão grande que nem se consegue medi-lo direito. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva baixou no ano de 2007 um decreto que restringiu a exibição da propaganda de bebidas alcoólicas na televisão, permitindo sua veiculação só a partir das 21 horas. Essa medida é só um começo de uma difícil política de restrição da propaganda do álcool. Pode ser que daqui a uma década, ou décadas, nos lembremos das propagandas de cerveja com loiras e sambistas com comentários do tipo: puxa, incrível como isto era liberado!

Abr 2010