

**Beber, Cair, Levantar:
Os Alcoólicos Anônimos (AA) em Alto Araguaia - MT¹**

João José ALENCAR²
Wanderléia Pereira da SILVA³
Thiago Cury LUIZ⁴
Universidade do Estado de Mato Grosso, Mato Grosso, MT

RESUMO

O presente *paper* busca apresentar o percurso que resultou na concepção, produção e finalização do artigo “Beber, cair, levantar”, que, com base no aprendizado desenvolvido na disciplina “Texto Opinativo e Análise Jornalística”, permitiu-se entender esse texto como um produto jornalístico opinativo. O artigo mencionado se trata de um texto produzido para revista *Se Liga* – produto resultante de um projeto de extensão do Departamento de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – sobre os Alcoólicos Anônimos (AA) na cidade de Alto Araguaia – MT. Explorando os benefícios do grupo para os seus frequentadores, a história dos AA e o alcoolismo como doença. O texto tem como público-alvo jovens estudantes do Ensino Médio que tenham entre 14 e 21 anos e busca em linguagem simples discorrer os seus argumentos.

PALAVRAS-CHAVE: Artigo; alcoolismo; Alcoólicos Anônimos; revista *Se Liga*; Alto Araguaia.

1 INTRODUÇÃO

“Beber, Cair, Levantar” é um artigo inicialmente concebido como reportagem sobre os Alcoólicos Anônimos (AA) em Alto Araguaia para ser veiculado na edição nº 01 da revista *Se Liga* – projeto de extensão da Unemat de Alto Araguaia – que teve como temática as drogas. Mas, após uma avaliação dos gêneros jornalísticos com base no aprendizado adquirido na disciplina de “Texto Opinativo e Análise Jornalística”, ministrada

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornalismo Opinativo.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social com hab. em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: jjaspc@gmail.com

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social com hab. em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: wanderleia_99@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com hab. em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: tcluiz@yahoo.com.br

no 5º semestre do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, notou-se que a abordagem do texto estaria mais adequada ao gênero opinativo.

A disciplina “Texto Opinativo e Análise Jornalística” propiciou aos acadêmicos um aprendizado sobre como a nossa consciência individual se forma em interação com o campo social (BAKHTIN, 1995). Aprendemos que o nosso discurso tem procedimentos de controle, sendo um mecanismo de segurança social, no qual é preciso ter cautela para que o discurso não seja ofensivo (FOUCAULT, 2006). Discutimos os gêneros jornalísticos e vimos que o texto opinativo precisa ter bons e sólidos argumentos, estando próximo da realidade dos temas retratados, para que possa ser considerado um texto jornalístico (MARQUES DE MELO, 2003).

Essa nova classificação – a migração de gênero informativo para o opinativo – do texto sobre os Alcoólicos Anônimos se deve ao fato da compreensão de que um artigo “trata-se de uma matéria jornalística onde alguém (jornalista ou não) desenvolve uma idéia e apresenta sua opinião” (MARQUES DE MELO, 2003, p.121). Também se ateu às discussões em sala de aula, em que foi discutido o papel do jornalismo e de como é fundamental estar baseado em fatos bem averiguados para que os textos opinativos estejam próximos da realidade e possam cumprir a função de informar.

A partir dessa compreensão, percebemos que o texto se baseava nas reflexões dos autores que assinam a matéria, através de uma percepção sobre o assunto retratado, com base em uma apuração jornalística feita através de leituras e busca por fontes confiáveis que tinham conhecimento sobre o que estava sendo debatido.

O texto sobre os Alcoólicos Anônimos em Alto Araguaia (MT) foi idealizado e publicado pela revista *Se Liga*, edição sobre drogas, que se trata de um projeto de extensão com a finalidade de discutir temas transversais incluídos nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), com a proposta de informar e provocar discussões. Tendo como público-alvo estudantes de 14 a 21 anos, que estão cursando o Ensino Médio nas escolas públicas de Alto Araguaia (MT) e Santa Rita do Araguaia (GO).

A ideia da elaboração da revista *Se Liga* começou a surgir no segundo semestre de 2009, quando um grupo de acadêmicos realizou uma extensa pesquisa em quatro municípios diferentes da região do Araguaia (Alto Araguaia, Alto Garças, Alto Taquari, municípios de Mato Grosso, e Santa Rita do Araguaia, localizada em Goiás) com jovens estudantes do ensino médio.

A pesquisa tinha como intuito saber se as campanhas anti-drogas conseguiam cumprir o seu papel de conscientização junto a esses jovens. Ao todo, foram distribuídos 81 questionários semi-abertos e os resultados da pesquisa foram apresentados no Expocom 2010, na categoria *jornalismo interpretativo*.

Os dados coletados apontaram que havia por parte dessas campanhas um didatismo desnecessário que não conseguia se tornar atraente para esses jovens, enquanto as propagandas de cerveja usam uma linguagem moderna, com temáticas joviais, para estabelecer a sua marca.

Com isso, decidiu-se por viabilizar uma revista que tratasse de temas sociais como drogas, *bullying*, cidadania e meio ambiente, com uma linguagem diferenciada e atraente que pudesse conscientizar e tornar-se um canal de comunicação para com esses jovens.

Através da professora Doutora Cássia Regina Tomanin, o projeto que ainda não se encontrava em execução ganhou forma e se tornou um projeto de extensão, tendo a possibilidade de ter a sua veiculação e produção viabilizada através da contratação de bolsista e impressão de mil exemplares por edição. O primeiro número trabalhou com o tema drogas e foi distribuído em três escolas estaduais - Arlinda Pessoa Morbeck e Carlos Huguency, ambas em Alto Araguaia; e Alfredo Nasser, em Santa Rita do Araguaia -.

2 OBJETIVO

O artigo tem por objetivo informar aos jovens de 14 a 21 anos que o consumo de bebidas pode provocar o alcoolismo e preveni-los de que é preciso ter atenção para não tornar-se um dependente do álcool, já que muitas pessoas perdem oportunidades, a saúde, o direito a ter uma vida social, a dignidade e o carinho da família em decorrência desse vício.

Também busca apresentar o trabalho dos Alcoólicos Anônimos (AA) no combate ao alcoolismo, mostrando ser possível se recuperar dessa dependência, tornando-se uma alternativa para quem se tornou um alcoólatra ou possui algum familiar que precisa de tratamento.

3 JUSTIFICATIVA

O alcoolismo é uma doença de difícil controle por partir do uso de uma droga lícita, as bebidas alcoólicas, que possuem um aparato de divulgação e promoção através de

propagandas que incentivam o seu consumo, e por ser considerado um objeto de sociabilidade, já que o seu uso torna-se quase que obrigatório no convívio social como forma de lazer e descontração.

Esse problema também envolve fatores econômicos e políticos, sendo que o Brasil, por ser um país em desenvolvimento, ainda possui problemas em sua estrutura que transformam o consumo de bebidas alcoólicas em um aspecto cultural e, com isso, prejudica a realização de políticas públicas no combate a esse malefício.

O índice elevado de consumo de bebidas alcoólicas no Brasil ocorre por se compartilhar, sob diversos pontos de vista, de uma conjuntura idêntica à que existia nos Estados Unidos há mais de dois séculos. No país, apresentam-se cerca de 50% das internações psiquiátricas masculinas ocasionadas pelo álcool, além de uma série de problemas sociais. O descontrole nacional pode ser percebido a partir dos seguintes aspectos: 1) um litro de cachaça custa menos de meio dólar, enquanto que em países desenvolvidos a bebida destilada não sai por menos de dez dólares; 2) O álcool é uma droga de fácil acesso, pois pode ser adquirido em qualquer lugar, já os países desenvolvidos têm critérios bem definidos sobre quando, onde, e por quem o álcool pode ser consumido; 3) a propaganda televisiva no País é muito agressiva e aponta claramente para o objetivo de ampliar o mercado entre as crianças e os adolescentes (SILVA ET al, 2011, p.2).

O uso em excesso de álcool se tornou um problema de saúde pública, já que muitos jovens e adultos perdem o limite sobre os seus atos e o respeito ao direito do próximo por estar em estado de embriaguez. Além de envolver outras problemáticas, como acidentes de trânsito, violência contra a mulher, cirrose, e ser considerado um fator que pode estimular os seus consumidores, em especial os jovens, para o uso de drogas ilícitas.

Nos países mais desenvolvidos, apesar da existência de políticas de prevenção e controle eficazes, o consumo de álcool aparece como terceiro fator mais deletério à saúde – sendo o DALY's da América do Norte situado entre quatro e 7,9%. Já para aqueles países com economias emergentes, entre os quais o Brasil, o álcool é um importante fator causal de doença e morte, podendo o impacto ser estimado em patamares estabelecidos entre valores que alternam de oito até 14,9% do total de problemas de saúde dessas nações. O Brasil, portanto, tem no consumo exagerado do álcool o responsável por mais de 10% de seus problemas totais de saúde (SILVA ET al, 2011, p.2).

No Brasil, a desigualdade social existe em grande escala. “Segundo dados do Censo 2010 do IBGE, 8,5% da população brasileira ainda vive em situação de pobreza extrema, com renda domiciliar per capita de até R\$ 70” (IDOETA, 2012, Sem paginação), sendo que existem pessoas muito ricas com um grande poder aquisitivo e outras muito pobres, às vezes, na miséria absoluta, vivendo com menos de um salário mínimo.

O quadro de desigualdade de renda no Brasil, portanto, não apenas permeia as relações econômicas e sociais neste país, ou está presente em estatísticas oficiais ou artigos acadêmicos, como também faz parte da carga de informação sistematizada e recebida frequentemente pelos brasileiros. Juntamente com os fatos, a mensagem da mídia e dos formadores de opinião é invariavelmente crítica e aponta para o inevitável consenso – a desigualdade de renda brasileira é extrema e representa um mal a ser combatido. (ROCHA; URANI, 2005, p.2)

Nos últimos anos, o governo federal, através de propostas como a “Bolsa Família” e outros projetos, está buscando minimizar essa problemática, mas ainda existe uma grande discrepância na distribuição de renda no Brasil, se comparado a outros países.

O Brasil é um dos países com maior desigualdade de renda entre as nações membros do G20, perdendo apenas para a África do Sul, segundo levantamento publicado pela Oxfam, confederação internacional formada por 15 organizações que trabalham em conjunto com 98 países, para encontrar soluções duradouras para a pobreza e injustiça (UOL, 2012, Sem paginação).

O alcoolismo é um problema social que independe de classe social para que ocorra, mas toma proporções maiores quando alcança indivíduos com poder aquisitivo baixo, já que o consumo de álcool exige que o dependente utilize o dinheiro de outras despesas, como alimentação e vestimentas, para a manutenção do seu vício. Trazendo prejuízos e transtornos a toda a família e ao seu convívio social, sendo ainda mais sério quando esse dependente é o responsável pelo sustento do grupo familiar a que pertence.

Diante disso, os AA surgem como a alternativa mais acessível para a maioria dos brasileiros que não possuem renda para pagar o tratamento em clínicas especializadas, tendo como mérito ser uma “entidade” – termo que os AA utilizam para defini-los – sem fins lucrativos, que pagam o aluguel dos lugares onde acontecem as reuniões dos grupos a partir de doações dos próprios membros. E ainda configuram-se como um grupo que compartilha depoimentos sobre os malefícios do alcoolismo em suas vidas e transforma o ato de não consumir álcool como motivo de festividade.

Os grupos de AA podem, então, ser compreendidos como um universo social, com seus ritos, representações, símbolos e valores próprios, que proporciona aos seus membros tanto a possibilidade de reorganizarem suas condutas como a de atribuírem significados próprios ao “problema” do alcoolismo, ao mesmo tempo em que constroem uma representação específica de si mesmos. (CAMPOS, 2009, p.104)

Sendo os AA um grupo social importante no tratamento de um problema presente na nossa sociedade e que, devido ao alto custo do tratamento do alcoolismo, torna-se a única possibilidade para quem não tem como pagar o seu tratamento em clínicas particulares, é

importante a divulgação deste trabalho, por meio de artigo opinativo. Como nos mostra José Marques de Melo (2003, p.127):

O artigo é o gênero que democratiza a opinião no jornalismo, tornando-a não um privilégio da instituição jornalística e dos seus profissionais, mas possibilitando o seu acesso às lideranças emergentes na sociedade. É claro que essa democratização constitui uma decorrência do espírito de cada veículo; sua disposição para abrir-se à sociedade e instituir o debate permanente dos problemas nacionais.

Portanto “Beber, cair, levantar” se justifica como gênero opinativo e jornalístico por retratar uma realidade local, trabalhando com argumentos estruturados a partir de uma pesquisa consistente e depoimentos de pessoas que vivem dentro dessa conjectura aos quais os AA pertencem. Tendo esse serviço destinado a um público-alvo que está em processo de formação de opinião e que, com base nas reflexões apresentadas, terão disponíveis uma “versão” do fato e, com isso, um alicerce na formação dos seus próprios conceitos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a realização do artigo foi utilizado como método a pesquisa bibliográfica sobre os temas alcoolismo, alcoólicos anônimos e a relação entre publicidade, meios de comunicação e bebidas alcoólicas no incentivo direto ao consumo dessas bebidas e, de forma indireta, como fator de estímulo ao consumo de álcool pelo alcoolista.

Também realizamos durante um domingo uma visita aos Alcoólicos Anônimos que se encontra na Rua Silvio José de Castro Maia, nos fundos da Igreja Matriz - Católica, com atendimentos às terças-feiras e aos sábados, às 20 horas, horário de Brasília. Durante essa visita apenas observamos os depoimentos dos frequentadores do grupo, anotando com detalhe os principais destaques da fala de cada membro do grupo, sem fazer intervenções durante a exposição desses depoimentos.

Depois, discutimos a estrutura em que o texto seria desenvolvido, com base nas pesquisas feitas junto ao público-alvo, buscando mostrar a história desses alcoolistas como forma de exemplificar a argumentação estabelecida no texto de que o uso em excesso de bebidas alcoólicas traz traumas presentes por toda a vida e é um risco que não vale a pena.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O artigo traz depoimentos de moradores de Alto Araguaia-MT que encontraram nos Alcoólicos Anônimos (AA) um meio para superar o vício em bebidas alcoólicas; conta a história do AA, desde o seu surgimento nos Estados Unidos até a vinda para o Brasil e o período que está em funcionamento no Mato Grosso; traz apontamentos sobre como a publicidade incentiva o consumo de bebidas como cerveja; e ainda apresenta o que é o alcoolismo na compreensão médica com uma explicação do Dr. Dráuzio Varella e da opinião dos responsáveis da matéria a partir do seu conhecimento de mundo e de pesquisas feitas previamente.

Esse artigo se fez necessário porque em pesquisa realizada em 2009 (ALENCAR Et al, 2010, p.04) com jovens estudantes do Ensino Médio em Alto Araguaia e região percebeu-se que:

Entre as sugestões feitas pelos estudantes pesquisados, as que foram mais constantes é a necessidade de mais informações sobre os diferentes tipos de drogas; o uso de depoimentos reais para que as campanhas deixem de lado a superficialidade e entrem mais fundo nas consequências das drogas – servindo de conscientização para quem é dependente químico ou para quem ainda não entrou nessa vida; campanhas mais criativas, tendo uma linguagem adequada aos dias de hoje; a busca outros meios de Comunicação além da TV, para divulgação das campanhas, como a internet.

Com isso, escolhemos o grupo dos Alcoólicos Anônimos de Alto Araguaia como pauta para tentar se adequar à sugestão de depoimentos reais que esses jovens sentiam necessidade de conhecer para ter uma ideia mais próxima da realidade das consequências da dependência do álcool em suas vidas.

Ao todo, o artigo conta com o depoimento de três alcoólatras (sendo dois homens e uma mulher) com idade entre sessenta e oitenta anos, que tem os AA como um mecanismo para conseguirem superar a dependência no álcool.

Optamos por utilizar imagens da internet para compor a parte estética do artigo e preferimos manter em sigilo os depoimentos expostos no produto, não colocando fotografias das pessoas citadas e mencionando-as apenas pelo primeiro nome.

6 CONSIDERAÇÕES

O artigo é um gênero que propicia ao jornalista exercer o seu papel, articulando o seu discurso com dados e informações confiáveis, o que só é possível com uma boa bagagem teórica e uma ampla gama de conhecimentos por parte do articulista.

Dentro dessa configuração a experiência em fazer um artigo sobre uma entidade que desde 1935 exerce um trabalho de recuperação de alcoólatras acrescentou para o conhecimento como jornalistas e como seres humanos, já que esse trabalho desenvolvido pelos AA tem um forte apelo social.

Ainda os conhecimentos obtidos durante a disciplina “Texto Opinativo e Análise Jornalística”, ao serem atrelados à prática com a concepção desse texto opinativo para a revista *Se Liga*, propiciou atrelar a teoria à prática, sendo um importante recurso para o desenvolvimento acadêmico e profissional na concepção e finalização do produto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, João José et al. **Recepção da propaganda antidrogas junto aos jovens estudantes em municípios do Araguaia-MT (modalidade jornalismo interpretativo – análise)**. Trabalho apresentado no XVII Prêmio Expocom 2012, evento do Intercom Regional realizado em Goiânia-GO.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 1992.

BORENSTEIN, Mirian S.; PADILHA, Maria I. C. S.; SILVA, Silvio E.D. da; SPRICIGO, Jonas S. **Alcoolismo e a produção científica da enfermagem brasileira: uma análise de 10 anos**. Disponível em: <<http://www.fen.ufg.br/revista/v13/n2/v13n2a14.htm>>. Acesso em: 24/04/2012.

CAMPOS, Edemilson A. de. **Alcoolismo: doença crônica e significado em uma associação de ex-bebedores**. Disponível em: <http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_26_RBA/mesas_redondas/trabalhos/MR%2006/edemilson%20antunes%20de%20campos.pdf>. Acesso em: 26/04/2012.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 14. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

IDOETA, Paula. **Brasil é um dos países com maior desigualdade de renda entre G20, mostra estudo**. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/infomoney/2012/01/19/brasil-e-um-dos-paises-com-maior-desigualdade-de-renda-entre-g20-mostra-estudo.jhtm>>. Acesso em: 26/04/2012.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinativo: Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

ROCHA, Rudi; URANI, André. **Distribuição de Renda no Brasil: um Ensaio sobre a Desigualdade Desconhecida**. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2005/artigos/A05A151.pdf>>. Acesso em: 26/04/2012.