

O Boletim de Conjuntura (BOCA) publica ensaios, artigos de revisão, artigos teóricos e empíricos, resenhas e vídeos relacionados às temáticas de políticas públicas.

O periódico tem como escopo a publicação de trabalhos inéditos e originais, nacionais ou internacionais que versem sobre Políticas Públicas, resultantes de pesquisas científicas e reflexões teóricas e empíricas.

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento.



# **BOLETIM DE CONJUNTURA**

**BOCA**

Ano VII | Volume 21 | Nº 61 | Boa Vista | 2025

<http://www.ioles.com.br/boca>

ISSN: 2675-1488

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14740858>

---



## ALCOOLISMO FEMININO:

### UM MOVIMENTO ENTRE AS REDES SOCIAIS E A PANDEMIA DA COVID-19<sup>1</sup>

*Andressa Mendes da Silva Dias<sup>2</sup>*

*Luci Mara Bertoni<sup>3</sup>*

*María Begoña Gómez Vázquez<sup>4</sup>*

#### Resumo

Neste estudo, analisamos as narrativas construídas por mulheres em um coletivo de ajuda mútua voltado para alcoolistas, com foco nas interações promovidas durante a pandemia da COVID-19. O objetivo analisar as memórias e representações sociais relacionadas ao uso e abuso de álcool por mulheres no ambiente virtual, por meio de reuniões online e postagens no Instagram da associação Alcoolismo Feminino. Para isso, realizamos observação em encontros virtuais do coletivo e analisamos qualitativamente as publicações com maior engajamento na referida rede social. Os resultados indicam que o espaço digital atua como um local de acolhimento e pertencimento, permitindo que essas mulheres compartilhem e ressignifiquem suas experiências com o alcoolismo. Concluímos que as interações nas redes sociais fortalecem a construção de uma memória coletiva e de representações sociais marcadas pelas especificidades do beber feminino, além de destacar a importância desses espaços para o enfrentamento do alcoolismo em um contexto de isolamento social.

**Palavras-chave:** Alcoolismo Feminino; COVID-19; Memória; Mulher; Representações Sociais.

#### Abstract

In this study, we analyze the narratives constructed by women in a mutual aid collective focused on alcoholism, with an emphasis on the interactions promoted during the COVID-19 pandemic. The objective is to analyze the memories and social representations related to women's alcohol use and abuse in the virtual environment through online meetings and posts on the Instagram account of the Alcoolismo Feminino association. To achieve this, we conducted observations in the collective's virtual meetings and qualitatively analyzed the most engaging posts on the mentioned social network. The results indicate that the digital space serves as a place of support and belonging, allowing these women to share and reinterpret their experiences with alcoholism. We conclude that interactions on social media strengthen the construction of a collective memory and social representations shaped by the specificities of female drinking, while also highlighting the importance of these spaces for addressing alcoholism in a context of social isolation.

**Keywords:** Female Alcoholism; COVID-19; Memory; Social Representations; Women.

<sup>1</sup> A presente pesquisa contou com o apoio institucional da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

<sup>2</sup> Doutoranda em Memória: Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). E-mail: [andressamendes90@gmail.com](mailto:andressamendes90@gmail.com)

<sup>3</sup> Professora da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Doutora em Educação Escolar pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: [profaluci@uesb.edu.br](mailto:profaluci@uesb.edu.br)

<sup>4</sup> Professora da Universidad de Santiago de Compostela (USC). Doutora em Ciência Política e Sociologia pela Universidade de Santiago de Compostela (USC). E-mail: [begona.gomes@usc.es](mailto:begona.gomes@usc.es)



## INTRODUÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas por mulheres vem crescendo ao longo dos últimos anos e tem se intensificado durante a pandemia da COVID-19, conforme apontado por pesquisas de saúde pública. Esse aumento acendeu um alerta para os riscos associados ao uso abusivo de substância etílica, principalmente no que tange as especificidades de gênero nesse campo de estudo que é atravessado por estigmas sociais. Além disso, as interações virtuais, que ganharam força durante a pandemia, mostraram-se um espaço alternativo para interações e apoio mútuo entre mulheres alcoolistas, mas que ainda carecem de análises. Diante disso, investigar o uso/abuso do álcool por mulheres e as estratégias de enfrentamento adotadas nesse período se torna essencial para compreender melhor as dinâmicas sociais e contribuir para a discussão para construção de políticas públicas voltadas ao alcoolismo feminino.

Diante deste contexto, este estudo objetiva analisar como as memórias e representações sociais sobre o uso e abuso de álcool por mulheres são construídas no ambiente virtual, a partir das interações em reuniões online e publicações realizadas no Instagram da associação Alcoolismo Feminino.

O recorte metodológico adotado é de natureza qualitativa, com base em observação das reuniões virtuais do coletivo AF e análise das postagens realizadas em sua página no Instagram. As observações foram realizadas de forma remota, enquanto ouvinte, durante os encontros do grupo, com foco nos relatos e depoimentos das mulheres participantes. As postagens analisadas foram selecionadas de acordo com critérios de engajamento, considerando o número de curtidas e comentários, de modo a identificar as temáticas mais relevantes para o coletivo.

A pesquisa fundamenta-se em referenciais teóricos que dialogam com as noções de memória coletiva e representações sociais. Entendemos que ambos os conceitos são fundamentais para a compreensão das dinâmicas de ressignificação das experiências vividas pelas mulheres em situação de alcoolismo, especialmente em contextos marcados por isolamento social e pelo uso intensivo de tecnologias digitais. A análise parte da premissa de que a construção de memórias coletivas e representações sociais está intrinsecamente relacionada às interações estabelecidas nos grupos sociais, o que reforça a importância de investigar as práticas discursivas do coletivo AF.

O texto está organizado inicialmente com esta introdução seguida da revisão teórica que explora a interface entre memória coletiva, representações sociais e a experiência feminina nos grupos de ajuda mútua, destacando as particularidades do alcoolismo e do alcoolismo feminino, seguido da contextualização da COVID-19 e da criação do coletivo AF. Depois, apresentamos o percurso metodológico adotado para a coleta e análise dos dados, enfatizando os caminhos percorridos na



pesquisa. Posteriormente, discutimos sobre a dinâmica das reuniões da associação AF e analisamos as memórias e representações sociais no contexto digital, com foco nas postagens do coletivo no Instagram durante o período pandêmico. Por fim, nas considerações finais retomamos as principais reflexões do estudo e apontamos contribuições para o debate sobre alcoolismo feminino.

Essa estrutura busca apresentar, os resultados preliminares da pesquisa, destacando como a memória e as representações sociais são construídas em espaços virtuais de ajuda mútua, trazendo à tona experiências e vivências que, muitas vezes, permanecem invisibilizadas em outros contextos sociais.

## **INTERFACE ENTRE MEMÓRIA, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E GRUPOS DE AJUDA MÚTUA DE ALCOOLISMO FEMININO**

Especificamente durante a pandemia ocasionada pelo novo corona vírus, em que grande parte da população permaneceu em reclusão, resultados recentes de uma pesquisa realizada pela Fundação Oswaldo Cruz, apontaram um aumento de 17,1% do consumo de bebidas alcoólicas entre mulheres (FIOCRUZ, 2020). Sendo assim, pesquisas que possam problematizar e analisar o uso/abuso de álcool por mulheres, de modo a levar em consideração suas particularidades, são necessárias e urgentes.

Para tanto, nos apoiaremos na Memória Coletiva, introduzida pelo sociólogo francês Maurice Halbwachs (1877-1945). E na teoria das Representações Sociais, pensada pelo psicólogo social Serge Moscovici (1928-2014). Segundo Alba (2014), tais teorias se enriquecem de forma mútua. Para a autora, a teoria das representações sociais vem mostrando ser uma rica abordagem para apreensão da memória coletiva e esta última, por sua vez, encontra nas representações sociais uma forma de expressão.

Segundo Apostolidis, Santos e Kalampalikis (2020), as representações sociais, vão além de simplesmente refletir os riscos impostos por uma ameaça, como o vírus responsável pela COVID-19. Elas oferecem um espelho da sociedade, colocando em jogo nossos sistemas de pensamento, relações interpessoais, valores e os princípios que sustentam a organização social. Nesse contexto, a pandemia além de expor vulnerabilidades individuais, também evidencia desigualdades estruturais, especialmente no campo da saúde, em que estudos epidemiológicos mostram disparidades na mortalidade relacionada à COVID-19 (APOSTOLIDIS; SANTOS; KALAMPALIKIS, 2020).

De acordo com Ecléa Bosi, a partir do conceito da memória coletiva, “na maior parte das vezes, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar, com imagens e ideias de hoje, as experiências do passado” (p.17). Para Moscovici (1978), “representar uma coisa, um estado, não é só desdobrá-lo, repeti-lo ou reproduzi-lo, é reconstituí-lo, retocá-lo, modificar-lhe o texto” (p. 58). Deste modo, pode-se dizer que tanto a memória coletiva quanto as representações sociais são permeadas de uma dinâmica



construída a partir das experiências vivenciadas, pois os sujeitos não se encontram mais nas mesmas condições em que o fato aconteceu no passado e por isso não simplesmente se repetem, mas se expressam em um processo de ressignificação no presente.

[...] lembrança é uma reconstrução do passado com a ajuda de dados tomados de empréstimo ao presente e preparados por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora já saiu bastante alterada. [...] Assim, podemos chamar de lembranças muitas representações que, pelo menos parcialmente, se baseiam em testemunhos e deduções – mas então, a parte do social, digamos, do histórico na memória que temos de nosso próprio passado, é bem maior do que podemos imaginar (HALBWACHS, 2006, p. 91).

Essa dinâmica que envolve o coletivo no campo da memória, permite que a reconstrução do passado seja com base no contexto do presente e, portanto, não se configura como mero resgate, mas estão evidentes em nossas representações que carregam as relações formadas em sociedade. Relações essas que são permeadas também pelas questões de gênero que organizam as formas de existência de homens e mulheres. Sobre gênero Galinkin e Bertoni (2014, p. 23):

é possível afirmar que gênero é uma construção histórico-social referindo-se às diferenças sociais entre homens e mulheres. Enquanto tal, é uma categoria imersa nas instituições sociais e pode ser considerada em permanente processo de construção e sujeita a transformações, dependendo do contexto no qual está inserida. Sendo construção social, o sentido atribuído ao ser masculino ou feminino pode variar de cultura para cultura e, também, no decorrer da história de uma sociedade.

As mulheres alcoolistas em distanciamento social criaram nas redes sociais um espaço coletivo de partilha para contemplar demandas individuais. O espaço virtual das redes possibilitou conexões flexíveis para o debate de temas não populares e que puderam ser colocados em pauta de forma remota, promovendo interações. Sobre as redes, Hollanda (2018) enfatiza que “Talvez somente agora, a partir de modos de fala e uso de vozes individuais em rede, o feminismo tenha conseguido encontrar um modelo de comunicação efetivamente contagioso” (p. 27). Terenzo (2024) aponta que as redes sociais têm grande potencial para difundir ideias feministas, conectando movimentos sociais e diversos estudos analisam o ativismo digital feminino, destacando tanto seus benefícios quanto críticas.

Estudar as narrativas de um grupo de mulheres alcoolistas em recuperação possibilita evidenciar as memórias e representações sociais femininas a partir de um novo olhar sobre um mesmo fenômeno, (JELIN, 2002, p. 111)

Las voces de las mujeres cuentan historias diferentes a las de los hombres, y de esta manera se introduce una pluralidad de puntos de vista. Esta perspectiva también implica el reconocimiento



y legitimación de «otras» experiencias además de las dominantes (en primer lugar masculinas y desde lugares de poder).

Ao abordar o estudo de uma representação, Moscovici (2015) afirma que “[...] nós devemos sempre tentar descobrir a característica não familiar que a motivou, que esta absorveu” (p. 59). Neste sentido, existe sempre uma motivação em agregar o que “não é familiar” ao sistema de familiaridade. Entretanto, segundo o referido autor, “não é fácil transformar palavras não familiares, ideias ou seres, em palavras usuais, próximas e atuais” (MOSCOVICI, 2015, p. 60). Para isso, é preciso “dar-lhes uma feição familiar, pôr em funcionamento os dois mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas” (MOSCOVICI, 2015, p. 60). Esses dois processos são denominados de “ancoragem” e “objetivação” e tem como propósito transformar o não familiar em familiar conferindo-lhe um sentido. O primeiro tem como foco “classificar e dar nome a alguma coisa. Coisas que não são classificadas e que não possuem nome são estranhas, não existentes e ao mesmo tempo ameaçadoras” e o segundo movimento permite que se transforme algo abstrato em sua concretude, portanto, “objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem” (MOSCOVICI, 2015, p. 61;71).

Na perspectiva abordada por Alba (2014), ambos os processos descritos anteriormente que constituem uma representação social, apresentam um caráter elaborado socialmente e partem das interações sociais, do mesmo modo acontece com a memórias coletiva em que as relações são construídas nos grupos de referências dos sujeitos. Essas interações se dão, principalmente, em função da comunicação e das conversas cotidianas. Para Moscovici (2015, p.40),

[...] o que é importante é a natureza da mudança, através da qual as representações sociais se tornam capazes de influenciar o comportamento do indivíduo participante de uma coletividade. É dessa maneira que elas são criadas, internamente, mentalmente, pois é dessa maneira que o próprio processo coletivo penetra como o fator determinante, dentro do pensamento individual. Tais representações aparecem, pois, para nós, quase como que objetos materiais, pois eles são o produto de nossas ações e comunicações.

A comunicação e a linguagem, ao se apoiarem no pensamento coletivo, são também para Halbwachs (2023), fundamentais no processo de recorrer e organizar a memória, continuamente se afirmado dos quadros sociais, no tempo e no espaço.

As pessoas que vivem em sociedade usam palavras cujo significado entendem: essa é a condição do pensamento coletivo. Agora, cada palavra (entendida) é acompanhada por lembranças, e não há lembranças às quais não possamos atribuir palavras correspondentes. Falamos nossas lembranças antes de evocá-las; é a linguagem, e todo o sistema de convenções sociais associado



a ela, que nos permite reconstruir nosso passado a todo momento. (HALBWACHS, 2023, p. 349).

Segundo Halbwachs (2006, p. 102), a memória está sempre em movimento com o presente e se refere a “uma corrente de pensamento contínuo, de uma continuidade que nada tem de artificial, pois não retém do passado senão o que está vivo ou é capaz de viver na consciência do grupo que a mantém”. A ação de recordar está sempre associada a coletividade e se estabelece a partir das interações, fundindo-se a elementos que partem da construção das relações em sociedade, partindo da família, perpassando pela religião, trabalho, escola etc. Sendo assim, “nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isso acontece porque jamais estamos sós” (HALBWACHS, 2006, p. 30).

Sendo assim, as representações sociais (MOSCOVICI, 2015) possuem uma relação muito próxima com a teoria da memória coletiva (HALBWACHS, 2006) e é nessa perspectiva que os objetivos propostos nesta pesquisa serão discutidos.

A discussão sobre a memória, representações sociais e grupos de ajuda mútua lança as bases para compreender como dinâmicas coletivas e experiências individuais se entrelaçam no contexto do alcoolismo feminino. A partir desse panorama, abordaremos a discussão sobre alcoolismo e as especificidades do alcoolismo feminino, considerando suas dimensões históricas, culturais, biológicas e sociais, com ênfase no impacto desproporcional que afeta as mulheres.

## ALCOOLISMO E ALCOOLISMO FEMININO

O álcool é uma substância psicoativa amplamente utilizada em diversas culturas ao longo dos séculos, sendo a única droga cuja autointoxicação é socialmente tolerada (WHO, 2024). Embora seja lícita e faça parte de muitos hábitos cotidianos, o álcool contém etanol, um composto que atua diretamente no sistema nervoso central, produzindo efeitos tóxicos e com propriedades capazes de gerar dependência (WHO, 2024). Segundo Lapate (2001), o álcool integra práticas culturais antigas, mas seu consumo excessivo pode desencadear sérios prejuízos à saúde física e mental.

O alcoolismo, por sua vez, é um tema que carrega múltiplas interpretações, frequentemente influenciadas por mitos e concepções baseadas no senso comum, o que dificulta a compreensão real do problema (BERTONI, 2016). Além das interpretações culturais e sociais, os dados globais evidenciam os riscos associados ao consumo de álcool. Conforme a WHO (2024), em 2019, cerca de 2,6 milhões de mortes foram atribuídas ao uso de álcool, das quais 2 milhões ocorreram entre homens e 0,6 milhão



entre mulheres, mostrando que o consumo de bebidas alcoólicas afeta de forma desproporcional diferentes grupos.

A normalização do consumo de bebidas alcoólicas, frequentemente associada ao prazer e à fuga de sentimentos negativos, tem sido impulsionada pelas propagandas e pelos meios de comunicação, dificultando o reconhecimento do uso patológico por parte da população. Esse cenário traz desafios para aqueles que estão em tratamento contra o alcoolismo, já que o incentivo ao consumo é constante e reforçado diariamente pelos veículos de mídia, intensificando a luta contra o próprio desejo de beber (CUNHA *et al.*, 2021).

A linguagem na construção das representações sociais sobre o consumo de álcool e os indivíduos que o praticam tem sido debatida na literatura. Segundo o Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA, 2021), os termos utilizados para descrever questões relacionadas ao álcool estão relacionados à formação de estigmas, muitas vezes dificultando o acesso ao tratamento por parte dos indivíduos afetados. A escolha da terminologia pode contribuir para o processo de recuperação e entendimento das peculiaridades do beber, o que reforça a importância de revisitar expressões como “bebedor”, “bêbado”, “alcoólatra” e “alcoologista” dentro de seus contextos históricos e culturais (NEVES, 2004). Nesse sentido, a preferência pelo termo “alcoologista” representa um esforço para afastar conotações morais ou pejorativas, reconhecendo a complexidade do alcoolismo como uma condição multifatorial (LAPATE, 2001).

Ao longo da história, a compreensão do alcoolismo passou por diferentes concepções, refletindo mudanças nos paradigmas sociais e científicos. Enquanto o século XVIII concebia o consumo excessivo de álcool como uma escolha moral, o século XIX passou a associá-lo a uma doença biológica. No século XX, essa perspectiva se ampliou para um modelo multifatorial, reconhecendo fatores biológicos, sociais e psicológicos como determinantes da condição. Essas transformações também destacam o papel da linguagem na perpetuação ou redução do estigma, conforme apontado pelo National Institute on Drug Abuse (NIDA, 2021), que ressalta a necessidade de termos que promovam uma abordagem não estigmatizante e apoiem o acesso ao tratamento. Ainda que resquícios de preconceitos persistam, o termo “alcoologista” busca reforçar uma visão mais inclusiva e humanizada sobre o problema (NEVES, 2005; MOTA, 2009).

Sabe-se que o consumo de bebida alcoólica esteve presente em muitas gerações desde a origem da humanidade, ocupando lugares importantes em diversos povos, sendo que para cada uma das mais variadas culturas existem maneiras, razões, padrões estabelecidos e institucionalizados para a ação de beber (BERTONI, 2016). Os estudos que abordam o consumo de álcool por mulheres a partir de uma perspectiva social e qualitativa ainda são escassos, mesmo diante do aumento expressivo do consumo



abusivo de bebidas alcoólicas nesse grupo. Dados recentes do Ministério da Saúde, por meio da Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel) 2023, mostraram que o percentual de brasileiros que relataram consumo abusivo de álcool passou de 15,7% em 2006 para 20,8% em 2023, o que representa um aumento médio de 0,21 ponto percentual por ano (BRASIL, 2023a). Esse crescimento foi ainda mais acentuado entre as mulheres, cujo consumo abusivo variou de 7,8% em 2006 para 15,2% em 2023, indicando um aumento médio anual de 0,38 ponto percentual. Em contrapartida, o consumo entre os homens manteve-se estável no mesmo período. (BRASIL, 2023a). Além disso, o Levantamento Nacional de Álcool e Drogas (LENAD) já apontava que o consumo feminino de álcool não só aumentou, mas também passou a ocorrer de maneira mais nociva, refletindo mudanças nas práticas de consumo por parte das mulheres (INPAD, 2012).

Os dados sobre o consumo de álcool entre mulheres reforçam a importância de analisar como as questões de gênero e o uso/abuso de substâncias psicoativas. Além de serem frequentemente negligenciadas nas políticas públicas de prevenção e tratamento enquanto categoria que necessita ser tratada a partir de suas especificidades, elas têm apresentado um aumento considerável no consumo abusivo de bebidas alcoólicas, especialmente após a pandemia da COVID-19. Conforme aponta a pesquisa da Vigitel, realizada pelo Ministério da Saúde, entre 2021 e 2023, o percentual de brasileiros que relataram consumo excessivo de álcool nos 30 dias anteriores ao levantamento passou de 18,3% para 20,8%. Embora o consumo seja historicamente mais elevado entre homens — cujas taxas foram de 25% em 2021 e 27,3% em 2023 —, os dados apontam um crescimento entre as mulheres. (BRASIL, 2022; 2023b). Durante o mesmo período, o percentual de mulheres que relataram consumo abusivo de álcool subiu de 12,7% para 15,2%, indicando uma tendência de aumento muito semelhante à observada entre os homens, com uma diferença de 2,5% no período analisado (BRASIL, 2022; 2023b).

Esses dados não apenas refletem a situação do aumento do consumo do álcool da população feminina brasileira, mas em pesquisa realizada por White (2020) tem mostrado que nas últimas décadas, as diferenças entre homens e mulheres no consumo de álcool nos Estados Unidos têm diminuído, com taxas de consumo e danos relacionados, como hospitalizações e mortes, revelando uma aproximação gradual. Para o referido autor, embora os homens ainda apresentem maior consumo total, os dados indicam que, entre adolescentes e jovens adultos, as mulheres têm superado os homens em comportamentos como beber e embriagar-se. Nessa perspectiva, Llamosas-Falcón (2023), ao analisar os dados na Espanha, mostra esse aumento do consumo nocivo de álcool entre mulheres. Além disso, o uso de álcool pelas mulheres traz riscos específicos, como maior probabilidade de apagões, progressão acelerada de doenças hepáticas e maior vulnerabilidade a danos cognitivos e motores (WHITE, 2020).



Em estudo realizado por Bright *et al.* (2024) analisa o consumo de álcool a partir de uma perspectiva interseccional, destacando que mulheres pertencentes a grupos racial e etnicamente minoritários, especialmente aquelas com menor escolaridade, apresentam as menores taxas de consumo e níveis médios mais baixos. Segundo Bright *et al.* (2024) essa tendência é atribuída a fatores como normas culturais que desencorajam o consumo, estigmas sociais e maiores penalizações associadas ao uso de álcool, além de possíveis impactos desproporcionais em suas vidas pessoais e profissionais.

Por muito tempo o alcoolismo entre mulheres foi negligenciado, fazendo com que grande parte do conhecimento atual sobre o tema seja derivado de pesquisas focadas no alcoolismo masculino, expondo uma lacuna na literatura científica que desconsidera as particularidades femininas nesse contexto (McCAUL; GRAKALIC, 2020).

No entanto, mais recentemente, estudos voltados ao tema trouxeram algumas informações concernentes às especificidades do alcoolismo feminino, tanto no que diz respeito a fatores biológicos e sociais quanto psicológicos.

Atualmente já se sabe que consumo de álcool afeta homens e mulheres de maneira diferente devido a fatores biológicos, hormonais e comportamentais (HOLZHAUER; CUCCIARE; EPSTEIN, 2020). De acordo com o Centers For Disease Control and Prevention (2024), em média, as mulheres absorvem mais álcool e levam mais tempo para processá-lo, resultando em níveis mais altos de álcool no sangue após consumir a mesma quantidade que os homens. Essa diferença explica por que as mulheres experimentam os efeitos do álcool mais rapidamente, enfrentam maiores riscos de danos físicos e psicológicos em níveis mais baixos de consumo, e têm maior probabilidade de desenvolver problemas como doenças hepáticas e cardíacas em menos tempo e com menores quantidades de álcool (CENTERS FOR DISEASE CONTROL AND PREVENTION, 2024).

Outras peculiaridades foram observadas em abordagens de gênero quanto ao uso/abuso do álcool, que apontaram como a busca por prazer e sociabilidade no beber feminino frequentemente resulta em sentimentos de solidão e depressão, apesar de as mulheres apresentarem grande resiliência diante desse contexto (CEZAR, 2006). Em outra perspectiva, foi constatado que o significado do consumo de álcool varia de acordo com os níveis de risco: enquanto mulheres em níveis de baixo risco associam a bebida ao prazer, aquelas em níveis médio e alto vinculam o consumo ao sofrimento (SILVA, 2019).

Ademais, estudos destacaram o sentimento de culpa que permeia o alcoolismo feminino, seja no abandono das funções sociais esperadas ou na vivência de episódios de violência, nos quais as mulheres frequentemente se culpabilizam mesmo sendo vítimas (DIAS, 2017). Além disso, fatores psicossociais como perdas afetivas, dificuldades financeiras e questões emocionais foram identificados como



desencadeadores do uso abusivo de álcool, que pode acarretar danos físicos e psicológicos, como depressão e problemas ginecológicos (SILVA, 2015).

Ainda, mulheres alcoolistas enfrentam estigmas que dificultam o acesso ao suporte adequado, sendo muitas vezes desacreditadas ou julgadas ao buscar ajuda, encontrando barreiras com a baixa percepção da necessidade de tratamento, sentimentos de culpa e vergonha, presença de transtornos concomitantes, responsabilidades com os filhos e medo de intervenções dos serviços de proteção infantil (McCRADY, 2020). Essa situação é agravada por percepções negativas e estereotipadas de profissionais de saúde, que, ao basearem suas ações em modelos moralistas ou biomédicos, ignoram a complexidade do alcoolismo feminino (MEIRA; ARCOVERDE, 2010). Além disso, a invisibilidade do alcoolismo feminino nos serviços de saúde reforça a necessidade de combater preconceitos e promover abordagens mais sensíveis e de cuidado (HAMMOCK, 2022).

Chan *et al.* (2022) investiga como a adesão a normas de gênero femininas está associada ao consumo nocivo de álcool, à violência sexual e às infecções sexualmente transmissíveis (ISTs) em mulheres negras sob risco de HIV. O estudo destaca que a conformidade com essas normas pode aumentar a vulnerabilidade dessas mulheres a múltiplos riscos à saúde, apontando a necessidade de intervenções que considerem as interseções entre gênero, comportamento de risco e saúde sexual (CHAN *et al.*, 2022).

Cezar (2006) apresenta uma análise sobre as peculiaridades do alcoolismo feminino, destacando aspectos sociais e de saúde que influenciam o comportamento das mulheres alcoolistas. Para a autora, entre os principais pontos abordados, observa-se que a maioria das mulheres entrevistadas relataram consumir álcool predominantemente em ambientes privados, o que pode estar relacionado à repressão social ao consumo feminino em público. Além disso, existe uma alta prevalência de violência física e sexual durante a infância e adolescência entre mulheres, sugerindo uma possível relação entre traumas precoces e o desenvolvimento do alcoolismo (CEZAR, 2006).

O alcoolismo feminino revela dimensões biológicas, sociais e psicológicas que ressaltam as especificidades do consumo e abuso de álcool por mulheres, frequentemente negligenciadas em estudos e políticas públicas. Essas questões tornam-se ainda mais evidentes em contextos da pandemia da COVID-19, que intensificou os desafios enfrentados pelas mulheres. Nesse cenário, o surgimento do coletivo Alcoolismo Feminino (AF), idealizado e organizado por mulheres, emerge como uma resposta ao oferecer um espaço virtual de apoio mútuo. Assim, passamos a discutir como o contexto pandêmico e as redes sociais digitais possibilitaram novas formas de organização das experiências de mulheres alcoolistas, promovendo o enfrentamento ao alcoolismo e desconstruindo estigmas associados a essa condição.



## O CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19 E O COLETIVO ALCOOLISMO FEMININO

A partir de 31 de dezembro de 2019, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), a saúde coletiva mundial passou a enfrentar um cenário muito diferente, o novo coronavírus, nomeado de SARS-CoV-2 que modificou completamente os hábitos e modos de vida dos seres humanos pelo seu alto contágio e disseminação por vários países e regiões, passando a ser considerado uma pandemia. A doença do Coronavírus 2019 - COVID-19 (Biolchié uma enfermidade respiratória altamente contagiosa que emergiu em Wuhan, China, sendo seu nome SARS-CoV-2 o significado de “*Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2*” (Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus 2), em referência à sua semelhança genética com o SARS-CoV, o coronavírus responsável pelo surto de SARS em 2003 (WHO, 2025a). Transmitido principalmente por gotículas respiratórias, contato direto e superfícies contaminadas, o vírus levou à declaração de uma pandemia global pela OMS em 11 de março de 2020, devido à sua rápida disseminação e aos impactos na saúde pública, economia e sociedade em escala internacional (WHO, 2025b).

Neste contexto, a sociedade precisou se reorganizar numa perspectiva de prevenção à doença da COVID-19 e o método adotado para tanto, além dos cuidados e protocolos de higiene, foi o distanciamento social, em que as pessoas que puderam tiveram que permanecer em casa, evitando as interações com outros sujeitos. É importante destaca que existe uma diferença entre distanciamento social, isolamento e quarentena, conforme apontam Aquino e Silveira *et al.* (2020, p. 2425): “O distanciamento social envolve medidas que têm como objetivo reduzir as interações em uma comunidade, que pode incluir pessoas infectadas, ainda não identificadas e, portanto, não isoladas”; já o isolamento social é a “separação das pessoas doentes daquelas não infectadas com o objetivo de reduzir o risco de transmissão da doença”; e a por sua vez é quarentena é definida como uma medida de restrição de movimento imposta a pessoas que, embora não apresentem sintomas, podem ter sido expostas a uma doença contagiosa, seja por estarem no período de incubação, seja por permanecerem assintomáticas e, portanto, não identificadas como casos ativos.

Segundo Aquino e Silveira *et al.* (2020), essa foi uma medida tomada pela maioria dos estados e municípios brasileiros e se mostrou efetiva, principalmente, associada ao isolamento de casos e à quarentena. Deste modo, instituições e serviços que promoviam qualquer tipo de aglomeração foram fechados, como escolas e universidades, suspensão de comércios não essenciais e cancelamento de eventos. Não foi diferente com os grupos de ajuda mútua para alcoolistas e familiares de alcoolistas, como os Alcoólicos Anônimos e o Al-Anon. Levando em consideração esse cenário e a necessidade de reunir um grupo específico para mulheres, foi idealizado, por uma alcoolista em recuperação — termo



utilizado para indicar que, embora o alcoolismo não tenha cura, a pessoa está em constante vigilância para evitar recaídas (ALCOÓLICOS ANÔNIMOS, 2015) —, o coletivo Alcoolismo Feminino, que teve início com uma página de divulgação e interação na rede social *Instagram*.

O *Instagram* Alcoolismo Feminino (AF) teve sua primeira publicação no dia 20 de fevereiro de 2020, período em que os primeiros casos do coronavírus começam a se manifestar no Brasil. Neste primeiro *post*, havia na legenda, uma definição de alcoolismo pela OMS e a seguinte frase no conteúdo publicado: “Somos mulheres, portadoras da doença do alcoolismo. Desejamos nos conectar a muitas outras, para nos ajudarmos no processo de recuperação”. Em seguida, no mesmo dia, a idealizadora do coletivo postou uma foto pessoal, seguida de uma apresentação de sua trajetória como alcoolista e convida todas as mulheres alcoolistas a não se sentirem culpadas pela doença, a se ajudarem mutuamente e pede para clicarem em um link na Bio do *Instagram* que direciona para uma conversa no WhatsApp.

O coletivo AF utiliza a rede social *Instagram* para divulgar suas ações e informações, promover interação entre as participantes, discutir temas relacionados ao consumo do álcool por meio de Lives com convidados, mas também utiliza de outras plataformas digitais para realização de reuniões com foco no processo de recuperação do alcoolismo. A rede social seria a porta de entrada para um contato posterior com mais profundidade e de aproximação com o coletivo. Vale destacar que os encontros promovidos pela AF acontecem de forma remota desde a sua criação e como o próprio nome já diz, é direcionado apenas para o público feminino, o qual, também, se subdivide em categorias de acordo com a preferência da integrante, sendo estes: grupo geral de mulheres, mulheres negras, mães, vítimas de violência, mulheres LGBTQIA+ e mulheres que passaram ou pretendem passar por cirurgia bariátrica. Como as reuniões acontecem online, mulheres de todo país conseguem fazer parte dos momentos programados para a ajuda mútua.

Percebe-se que no *Instagram* do coletivo AF existe uma relação entre as seguidoras do perfil, pois a partir do *Instagram*, passaram, também a participar dos grupos de WhatsApp e de reuniões virtuais, usando os serviços de comunicação por vídeo/áudio. Essa aproximação é destacada por Recuero (2009) como sendo mais difícil de acontecer, mas com a utilização de outras redes em conjunto é “possível perceber elementos como o grau de intimidade entre os interagentes, a natureza do capital social trocado e outras informações que auxiliam na percepção da força do laço que une cada par” (RECUERO, 2009, p.43). Sendo assim, as outras formas de contato e interação reforçam ainda mais a concepção de grupo e de pertencimento.

Conforme aponta Silva (2021), o relatório anual realizado pelos sites *We Are Social* e *Hootsuite*, com dados coletados em janeiro de 2021 pela agência Amper, apresenta um aumento no número de



novos usuários da internet, alcançando 4,66 bilhões de pessoas globalmente, além de um crescimento no acesso às mídias digitais, totalizando 4,20 bilhões de usuários, podendo, fenômeno, estar relacionado à pandemia da COVID-19. Ainda segundo o relatório, a principal razão que leva os usuários à internet é a busca por informações (63,0%), seguida pelo contato com amigos e familiares (54,3%) e pela atualização sobre novidades e eventos (55,6%) (SILVA, 2021).

Viana *et al.* (2023) destacam o papel do Instagram como uma plataforma acessível para o ativismo feminista, permitindo que mulheres se organizem, compartilhem experiências e denunciem desigualdades, de modo que os coletivos feministas, em particular, utilizam o *Instagram* para disseminar informações, fortalecer identidades feministas e promover ações coletivas e empoderadoras. Para as autoras, essa dinâmica é ainda mais relevante no contexto brasileiro contemporâneo, marcado pelo conservadorismo e pelas mudanças trazidas pela pandemia da COVID-19, que ampliaram o uso de espaços virtuais para mobilização política e social.

Este trabalho apresenta um recorte de pesquisa em andamento acerca da Memória e Representações Sociais sobre o uso/abuso de bebida alcoólica entre mulheres durante a pandemia da COVID-19, em um grupo de ajuda mútua remoto, criado por mulheres alcoolistas no período em que foi recomendado o distanciamento social. Neste sentido, objetiva-se analisar as memórias e representações sociais destas mulheres sobre uso/abuso do álcool nos encontros, no que diz respeito a sua participação no momento de relatos e depoimentos, levando em consideração a pesquisa realizada por Dias (2017), com alcoolistas participantes de grupos de Alcoólicos Anônimos, ao constatar que a incidência de mulheres nestas reuniões era ínfima.

O *Instagram* da associação AF possui, atualmente, 20.800 seguidores e 1.536 publicações diversificadas entre cards de divulgação e informativos, fotos, depoimentos, Lives e vídeos no IGTV/Reels. Dentre estas postagens, fizemos um levantamento de quais tratavam de assuntos relacionados ao alcoolismo entre mulheres e a pandemia do coronavírus. Localizamos o quantitativo de doze (12) que faziam referência ao tema e para análise deste trabalho, selecionamos as duas mais curtidas. A primeira foi publicada em 30 de maio de 2020, apresenta um card com a divulgação de uma matéria do jornal “O Dia” que se intitula “Niteroienses alcoolistas encontram apoio em grupo feminino durante a pandemia”, possui 537 curtidas e 20 comentários. A segunda teve sua postagem no dia 17 de fevereiro de 2021, trata-se de uma retrospectiva em comemoração ao aniversário de um ano do AF, contém 156 curtidas e 85 comentários.

Buscando estabelecer uma interface entre a proposta deste estudo de trabalhar com a premissa da memória e das representações sociais, discutiremos, a seguir, como tais teorias se interrelacionam com o processo de recuperação do alcoolismo nos grupos de ajuda mútua específico de mulheres.



Posteriormente, estabelecemos uma relação com a rede social *Instagram* e, por fim, analisamos as publicações da associação AF, voltadas à pandemia da COVID-19.

## PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia adotada de cunho qualitativo em que realizamos observação participante nos encontros virtuais promovidos pela Associação Alcoolismo Feminino (AF) durante o período da pandemia da COVID-19 e análise das publicações realizadas no perfil do Instagram do referido coletivo de mulheres.

A observação foi conduzida com o objetivo de acompanhar as dinâmicas de interação e as trocas de relatos pessoais entre as mulheres. A escolha da observação participante como técnica de pesquisa considerou que, mesmo em ambiente virtual, o(a) pesquisador(a) se insere em um contexto social específico, estabelecendo uma relação direta com o grupo observado. Conforme destaca Minayo (2001), essa modalidade de observação permite acompanhar o cotidiano das interlocutoras e compreender o cenário no qual estão inseridas.

Além disso, realizamos análise das postagens na página do Instagram da AF. Foram selecionadas as duas postagens que receberam um maior número de curtidas no *feed* do Instagram da associação, ambas relacionadas ao contexto da pandemia e às experiências de mulheres que buscaram apoio para lidar com o uso de bebidas alcoólicas.

Com base nos dados coletados por meio das observações nas reuniões virtuais e das publicações no Instagram, utilizamos a análise de conteúdo, conforme proposta por Laurence Bardin (2016). Essa abordagem metodológica foi escolhida para revelar os significados presentes nas mensagens que segundo a autora, permite identificar padrões e modelos implícitos nas interações e compreender as representações sociais que emergiram das postagens e das trocas entre as participantes. Segundo Bardin (2016), essa metodologia exige do pesquisador uma leitura crítica e interpretativa, permitindo que se desvelem conteúdos que, à primeira vista, poderiam não ser percebidos.

## MEMÓRIA E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NO CONTEXTO FEMININO DOS GRUPOS DE RECUPERAÇÃO DO ALCOOLISMO

A partir do que afirma Moscovici (2015), as representações sociais, estão presentes nas conversas informais e se localizam, principalmente, em grupos de onde são disseminadas. Estas, na sua constituição trazem elementos que as caracterizam como uma modalidade de conhecimento que tem



como principal papel a construção de comportamentos e o processo de comunicação entre as pessoas. Nessa mesma perspectiva, a memória coletiva, segundo Halbwachs (2006) é construída a partir das relações grupais e são desenvolvidas dentro de tempos e espaços por meio das experiências que dão sustentação à memória.

Halbwachs (2006) e Moscovici (2015), apontam a importância da linguagem no processo da construção das memórias e representações sociais. Percebemos que nos grupos de Alcoólicos Anônimos existem algumas representações e memórias que são próprias do grupo. Elas se repercutem nas comunicações entre os membros, incluindo as mulheres participantes. Segundo Campos (2005), ao longo dos anos de existência dos grupos, um repertório amplo de expressões foi sendo construído e reproduzido no interior da irmandade, principalmente, no que diz respeito ao caráter individual do alcoolismo.

Ainda sobre este repertório de expressões comuns aos Alcoólicos Anônimos e que reforçam a maneira como são construídas as concepções sobre o uso/abuso do álcool, o processo de recuperação dos membros e a importância da fidelidade da execução do programa para um resultado efetivo. Podemos destacar nas conversas das mulheres participantes da pesquisa, frases que foram incorporadas nas falas, como: “24 horas de sobriedade”, “evitando o primeiro gole”, “só por hoje”, dentre outras.

Notamos, portanto, que há uma reprodução de concepções sobre a dependência alcoólica advindas dos preceitos de AA, que estão em sua literatura, repercutem nas comunicações informais entre os membros e se fazem presentes na fala das mulheres participantes do programa. Deste modo, pode-se dizer que existe uma memória coletiva que caracteriza os grupos de Alcoólicos Anônimos e que, por sua vez, influencia a percepção das mulheres dentro dos grupos (DIAS, 2017).

Ao observar os relatos, durante as reuniões, das mulheres pertencentes ao coletivo de ajuda mútua de recuperação do alcoolismo feminino, criado durante a pandemia da COVID-19 de forma remota, percebemos que embora as mulheres utilizassem afirmações consideradas clássicas, também recorriam as expressões que apresentavam uma proposta diferente das mencionadas pelos membros masculinos do AA, trazendo o ato de beber feminino para o centro das frases motivadoras: “Uma alcoolista em recuperação, uma mulher em construção”, “menos culpa, mais respeito”, “mulher, deixa a gente te amar, enquanto tu mesma não consegue se amar” etc.

Tal processo de ampliação das expressões utilizadas pelas mulheres nos grupos de recuperação feminina demonstram como a experiência vivida pode acolher o conhecimento já produzido pelos homens nos grupos de AA, mas também tendem a inserir novas perspectivas sobre a proposta do grupo de mulheres alcoolistas. Conforme Jelin (2002, p. 13), “La experiencia humana incorpora vivencias propias, pero también las de otros que le han sido transmitidas. El pasado, entonces, puede condensarse



o expandir-se, según cómo esas experiencias pasadas sean incorporadas”. Percebemos, portanto, que este grupo de mulheres utiliza a linguagem de acordo as especificidades de gênero, pois revelam a importância da compreensão do reconhecimento de ser mulher para o processo de enfrentamento ao alcoolismo.

Nessa perspectiva, a concepção e organização da AF se direciona para um formato que no seu repertório tenta romper como os estigmas criados em torno da mulher alcoolista valorizando as especificidades de gênero e promovendo um espaço de empoderamento. Esse esforço é perceptível tanto na forma como o grupo adapta as expressões tradicionais dos Alcoólicos Anônimos para refletir as experiências femininas quanto na criação de novas narrativas que reconhecem as particularidades do ato de beber entre mulheres. Ao integrar essas novas maneira de conceber o processo de recuperação, a AF contribui para a construção de uma memória e representações sociais que desafiam os preceitos, a sensação de culpa e vergonha frequentemente associados ao alcoolismo feminino.

A seguir, buscamos estabelecer uma relação entre memória, representações sociais e a rede social *Instagram*, na perspectiva de organização da associação AF como uma forma de reunir mulheres alcoolistas que pretendem parar de consumir a bebida alcoólica.

## MEMÓRIA, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS, REDE SOCIAL *INSTAGRAM* E AS PUBLICAÇÕES SOBRE A PANDEMIA DA COVID 19 DA ASSOCIAÇÃO AF

Partindo do pressuposto que a internet, não em toda sua pluralidade, mas em casos específicos como a interação entre sujeitos por meio das redes sociais, reflete a oralidade, Freitas (2006, p. 35) afirma que a escrita na internet “coloca nos mesmos planos a exterioridade da oralidade e a interioridade da escrita”.

Nessa perspectiva, Recuero (2014, p. 45) destaca que onde há interlocução por meio de redes sociais digitais, existe uma aproximação da escrita com a oralidade, o que a autora denomina de “escrita oralizada”, assemelhando-se a uma conversação oral e, deste modo, vão se construindo relações sociais e grupos constituídos de interesses afins. Sendo assim, a partir das interações estabelecidas por meio dos comentários nas publicações, a conexão de uma rede de pessoas que compartilham e trocam informações de acordo com suas afinidades, poderia se aproximar com o que defende Moscovici (1978) sobre as representações sociais como sendo um “um corpus organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas graças às quais os homens fazem inteligível a realidade física e social, integram-se em um grupo ou em uma relação cotidiana de intercâmbios, liberam os poderes de sua imaginação” (MOSCOVICI, 1978, p. 18).



Deste modo, as representações sociais podem estar presentes nas redes sociais e, mais especificamente, na rede social *Instagram* que está sendo analisada neste trabalho. Sob o mesmo ponto de vista, a memória social mantém-se conectada de forma inerente à comunicação e as interações sociais, trazendo ao entendimento de que não está relacionada, apenas, a uma repetição do passado, mas a uma reconstrução, no presente, de experiências pretéritas (SÁ, 2015). Nessa perspectiva, segundo Halbwachs (2006), a memória encontra-se sempre em movimento com o presente e se refere a “uma corrente de pensamento contínuo, de uma continuidade que nada tem de artificial, pois não retém do passado senão o que está vivo ou é capaz de viver na consciência do grupo que a mantém” (HALBWACHS, 2006, p. 102).

Para além de um local de divulgação de informações, o *Instagram* da associação AF, tornou-se um espaço de interação e compartilhamento de experiências e memórias de mulheres que tem os mesmos objetivos: permanecerem sóbrias, distantes do consumo de bebida alcoólica e mais ainda, acreditam “numa vida feliz sem o álcool [...], um processo de transformação da maneira de viver” (ALCOOLISMO FEMININO, 2022). Cada publicação no feed, seja ela um card informativo, um depoimento de uma integrante do grupo, uma foto pessoal comemorando mais um período de sobriedade ou uma Live com um tema específico sobre questões do alcoolismo feminino, representa um lugar em que elas conseguem se identificar e podem apoiar umas as outra.

Segundo Ma, Zheng e Zou (2022), as redes sociais desempenham um papel fundamental no avanço do movimento feminista contemporâneo, atuando como agências de socialização e espaços digitais que permitem às mulheres se expressarem, discutirem questões de gênero e desafiar normas sociais historicamente enraizadas. Para as autoras supracitadas, as plataformas como *Instagram* e *Twitter* têm potencial para promover solidariedade e ressignificar experiências, fortalecendo movimentos como o #MeToo e gerando debates globais sobre desigualdade de gênero. Essa dinâmica também é observada no coletivo Alcoolismo Feminino, que utiliza as redes sociais para criar um ambiente de pertencimento, em que as mulheres alcoolistas podem compartilhar histórias e ressignificar suas vivências.

De acordo com Nora (1993, p. 9), ao estabelecer uma diferenciação entre história e memória, revela o sentido de ambas. Por um lado, a história é representada enquanto “reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais”, passando a ser considerada artificial e sem continuação no presente, mas sim uma “representação do passado”. Por outro lado, a “memória é vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento [...]”, sobrevive continuamente no cotidiano das pessoas e é “um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente”, o que configura a ligação do grupo, portanto,



“há tantas memórias quantos grupos existem; ela é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada” (NORA, 1993, p. 9).

Deste de modo, poderíamos inferir que a constituição de redes sociais que se fortalecem a partir de um objetivo e interesses comuns, que por meio de suas publicações demarcam um local de interações, portanto, refletem um lugar em que a memória se mantém viva.

Como foi destacado anteriormente, realizamos uma análise das duas publicações que receberam o maior número de curtidas, dentre as quais fazem referência ao consumo de bebidas alcoólicas durante a pandemia da Covid 19, dispostas no *feed* do *Instagram* da associação AF.

A primeira tem como título “Niteroienses alcoolistas encontram apoio em grupo feminino durante a pandemia: coletivo Alcoolismo Feminino oferece espaço a mulheres que buscam apoio no tratamento da dependência” e se refere a um *card* informativo com a divulgação de uma matéria publicada no jorna “O Dia”. Na legenda estão descritas as pessoas envolvidas na elaboração da matéria e o link que direciona para o site no jornal.

De acordo com o texto, a AF é uma iniciativa que trouxe alternativas para as mulheres no período da pandemia em que as pessoas estavam em distanciamento/isolamento social e houve um aumento no consumo de bebidas alcoólicas. Para além disso, possibilitou o encontro com participação exclusiva de mulheres, o que não ocorre na maioria de outros grupos que tem como finalidade o tratamento do alcoolismo com a participação majoritária de homens. Nessa perspectiva, podemos destacar a pesquisa realizada por Dias (2017) com mulheres dos Alcoólicos Anônimos em que identifica os motivos pelos quais as mulheres pouco frequentam ou não permanecem nos grupos, sendo eles:

O próprio ambiente criado no grupo que remete ao contexto do bar, como um ambiente masculino, as mulheres tendem a não se identificarem, devido à construção social de que o espaço da mulher é na esfera privada; outro aspecto estaria relacionado aos preceitos de AA que se mantêm desde sua constituição, tendo como base a recuperação do homem alcoolista e devido a isso, seus membros reproduzem uma imagem de mulher que não mais representa as perspectivas da mulher na sociedade atual. (DIAS, 2017, p. 101).

Sendo assim, o fato dessas mulheres se organizarem a partir de uma perspectiva de gênero voltada às questões do alcoolismo, torna o grupo muito mais atrativo e os anseios do coletivo passam a ser cada vez mais fortalecidos, enquanto um lugar de compartilhamento de memórias, em torno de um objetivo comum que é evitar que o consumo do álcool seja um problema.

Além disso, o grupo AF assume um papel político, pois além da preocupação com a recuperação do alcoolismo entre mulheres no âmbito do tratamento e dos aspectos voltados à saúde, demarcam uma posição de enfrentamento aos posicionamentos patriarcais e aos estigmas sobre o beber feminino.



Na postagem do *card* em análise, apesar da quantidade de curtidas ser a maior da categoria selecionada, ainda há pouca interação por meio dos comentários, muito provavelmente, por se tratar de uma postagem que envolve a participação de diferentes mulheres, estar vinculada ao *Instagram* do referido jornal e ao seu site, a veiculação foi em maior proporção, havendo um quantitativo superior do número curtidas. Por outro lado, como o perfil da AF havia sido criado apenas há cerca de três meses, o envolvimento das seguidoras ainda não tinha se consolidado.

Segundo Casali (2017), existe uma retroalimentação entre os conteúdos disseminados pelas redes sociais de origem e são veiculados em outros meios de comunicação como no jornalismo impresso ou televisivo, formando uma articulação que denomina como “dispositivo interacional”, pois se relaciona como fluxos comunicacionais a partir de dinâmicas sociais, ou seja, de forma direta ou indireta, existe uma relação com os saberes que circulam em uma sociedade.

Esta relação que foi estabelecida entre a interação dos seguidores da publicação da AF por meio das reações com comentários e curtidas diante de uma publicação, é apontada por Recuero (2005) como laços sociais que remetem a ideia de interação nas redes digitais.

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. (RECUERO, 2005, p. 7).

39

As redes sociais digitais, nesse sentido, têm permitido uma aproximação entre pessoas que pensam e possuem interesses semelhantes por meio da propagação de informações e da mobilização de mulheres, enquanto uma dinâmica organizada para atenuar distâncias, ao passo que se depara com questões sociais, políticas, econômicas e culturais. Neste aspecto, a publicação feita pela AF, reforça uma proximidade entre as participantes, o que corrobora para o fortalecimento do grupo na perspectiva de cumprir com o seu objetivo de se ajudarem em busca da sobriedade.

A segunda publicação, em questão, é uma retrospectiva da história do coletivo AF ao seu aniversário de um ano de existência. São cards informativos, postados na opção de adição de várias fotos no formato carrossel do *Instagram* e tem a figura de um Girassol em frente a um fundo branco. Inicia-se com a identificação das criadoras do perfil e a apresentação da missão que é de “atrair mulheres em sofrimento pelo uso nocivo do álcool e incentivá-las a perder a vergonha e o medo de procurar ajuda”. Logo após, apontam a importância da interação por meio dos comentários na perspectiva de vivências próximas e sentimentos que as conectavam, surgindo a demanda para criação de um grupo virtual de conversas. Em seguida, ressaltam o crescimento rápido do coletivo em virtude da pandemia e do distanciamento/isolamento social. Enfatizam o símbolo que representa a associação AF



que é a flor de girassol, tendo como significado, a ajuda mútua e colaborativa. Nos próximos *cards* do carrossel, informam o quantitativo de mais de 600 mulheres, de diversas regiões do país e algumas do exterior, no período de um ano que passaram a fazer parte da iniciativa. Também demonstram sua organização a partir de voluntárias que se solidarizaram com a causa e se organizam por categorias. Neste post, foram 156 curtidas e 85 comentários.

Observamos que houve uma interação mais qualitativa nesta publicação e para identificarmos com mais precisão, elencamos alguns comentários de, forma aleatória, retirados da postagem:

É com muita luta, muito amor, muito acolhimento!!! Parabéns AF, muito orgulhosa em fazer parte desse lindo projeto!! (Comentário 1).

Foi segurando uma na mão da outra e unindo nossos corações e intenções que chegamos até aqui! E ainda há muito por fazer! Orgulho de ser AF! (Comentário 2).

Depois que conheci a Associação Alcoolismo Feminino, meus sonhos voltaram! Gratidão!!! (Comentário 3).

Diante da descrição deste *post* e da interação a partir dos comentários, percebemos que os interesses, sentimentos e intensões se coadunam, em uma perspectiva de valorização de um espaço de encontros virtuais que permite engajamento entre as participantes e a construção de um ambiente de apoio mútuo. Neste sentido, recorremos a Halbwachs (2006, p. 39) que ao tratar sobre o caráter coletivo da memória e da sua manutenção nos grupos sociais, argumenta que “para que a nossa memória se aproveite da memória dos outros, não basta que estes nos apresentem seus testemunhos: também é preciso que ela não tenha deixado de concordar com as memórias deles”, sendo assim, observamos a constituição de uma associação de mulheres alcoolistas que constroem e fortalecem memórias em um grupo, pois além de compartilharem seus relatos e experiências, encontram na fala de suas companheiras, aceitação e acolhimento, permitindo “que existam muitos pontos de contato entre uma e outras para que a lembrança que nos fazem recordar venha a ser constituída sobre uma base comum (HALBWACHS, 2006, p. 39).

Diante do cenário da pandemia da COVID-19, em que o isolamento social promoveu, com muito mais frequência, as interações de forma remota, utilizando dispositivos de conexão online, podemos observar que houve uma potencialização dos espaços virtuais, inclusive, no âmbito da articulação de movimentos de mulheres (FERNANDES; SANTOS; YORK, 2022; VIANA; LIMA; SOARES, 2023). Com o coletivo AF não foi diferente, havendo, também, um fortalecimento dos laços sociais, conforme aponta Recuero (2005) ao tratar da intencionalidade, intimidade e proximidade construída nas redes, o que pode ser observado nos comentários coletados na publicação em questão:



A pandemia me trouxe esse presente!! Nunca mais meus dias foram os mesmos, verdade (menciona um @), rrsrs?! (Comentário 4).

Eu acredito que as pessoas “aparecem” em nossas vidas para mostrar quem nós somos. A junção de tantas mulheres num só coletivo mostra a força de cada uma. Obrigada pela oportunidade de fazer parte de um trabalho tão lindo. Parabéns para essa nova “Associação” (Comentário 5).

Um estudo desenvolvido por Bender *et al.* (2024) no estado do Colorado (EUA), durante os primeiros meses da pandemia da COVID-19, observou-se que a participação em grupos de ajuda mútua organizados por redes sociais ou comunidades intencionais promoveu benefícios notáveis para os envolvidos. Os participantes relataram o desenvolvimento de empatia, uma postura de não julgamento e uma consciência crítica ao estabelecerem vínculos humanos baseados em experiências compartilhadas, proporcionando suporte emocional, alívio do sofrimento coletivo e uma sensação de bem-estar, destacando-se como uma resposta às falhas governamentais no atendimento às necessidades sociais durante a pandemia (BENDER *et al.*, 2024)

Podemos observar a partir dos comentários das mulheres alcoolistas participantes da AF que as reuniões virtuais durante o período da pandemia surtiram efeitos semelhantes aos descritos por Bender *et al.* (2024), permitindo um engajamento e apoio na medida em que os encontros aconteciam, atribuindo a esse movimento, o fortalecimento de vínculos.

Neste sentido, observamos como o coletivo se posicionou tanto como um espaço de acolhimento e apoio entre mulheres quanto como uma iniciativa política, desafiando estigmas e padrões patriarcais relacionados ao alcoolismo feminino. Essas publicações não apenas disseminaram informações e mobilizaram mulheres, mas também promoveram o fortalecimento de laços sociais entre as participantes. Os comentários coletados demonstram o impacto qualitativo dessas interações, incentivando um ambiente de acolhimento mútuo e troca de vivências. Assim, o coletivo AF se apresenta como uma resposta às demandas surgidas durante a pandemia, ampliando o debate e as possibilidades de apoio no tratamento do alcoolismo feminino.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, o presente estudo evidenciou que as redes sociais, em particular o *Instagram*, desempenharam um papel fundamental na construção de espaços de acolhimento e troca de experiências entre mulheres alcoolistas do coletivo Alcoolismo Feminino (AF) durante a pandemia da COVID-19. Observamos que o referido grupo se estabeleceu como uma rede de apoio mútua, permitindo que as participantes compartilhassem memórias e ressignificassem suas vivências com o alcoolismo a partir de



uma perspectiva de gênero. As reuniões virtuais e as interações promovidas pelas postagens do coletivo proporcionaram a criação de um senso de pertencimento e a mobilização de narrativas que desafiam estigmas sociais relacionados ao consumo de álcool por mulheres.

Deste modo, notamos que a associação AF tem a intenção de criar novos padrões que tratem as especificidades do alcoolismo feminino, pois sustenta-se como um grupo criado e organizado por mulheres para alcançar outras mulheres alcoolistas. Ao mesmo tempo, demarca um lugar em que a memória se mantém viva e as representações sociais subsidiam as interações, fortalecendo-as. O referido perfil também contribui para desconstruir preconceitos sobre as mulheres alcoolistas, uma vez que se propaga o sentimento de acolhimento coletivo, bem como pretende reduzir o sentimento moralista de culpa pelo consumo ou abuso de bebidas alcoólicas. Assim, existe uma reafirmação da necessidade do reconhecimento das especificidades femininas no enfrentamento do alcoolismo, ao mesmo tempo em que promove uma ruptura com discursos patriarcais que estigmatizam essas mulheres.

Os resultados também apontaram que, embora as interações fossem mediadas virtualmente, a proximidade construída entre as participantes fortaleceu os laços sociais e a memória coletiva do grupo. Esse ambiente virtual de contato e discussão entre as participantes, além de permitir um espaço de apoio emocional, também se constituiu como ferramenta de mobilização política, permitindo que as participantes desafiassem os preconceitos associados ao alcoolismo feminino e ampliassem o debate sobre políticas de prevenção e tratamento sensíveis ao gênero.

Entretanto, a pesquisa apresentou algumas lacunas e limitações. Entre elas, destacamos a necessidade de investigar os impactos de longo prazo das iniciativas do coletivo na recuperação das participantes.

Assim, o coletivo Alcoolismo Feminino desempenhou um papel muito importante ao criar um espaço de acolhimento e pertencimento durante a pandemia, consolidando-se como uma alternativa aos modelos tradicionais de tratamento. A partir dessa experiência, destacamos a relevância de iniciativas que utilizem plataformas digitais para potencializar redes de apoio, promover o enfrentamento ao alcoolismo feminino e desconstruir estigmas, ao mesmo tempo em que fortalecem a autonomia e a resiliência das mulheres alcoolistas.

## REFERÊNCIAS

ALBA, M. “Representações sociais e memória coletiva: uma releitura”. In: ALMEIDA, A. M. *et al.* **Teoria das Representações Sociais: 50 anos**. Brasília: Editora Technopolitik, 2014.

ALCOÓLICOS ANÔNIMOS. **Alcoólicos Anônimos: A história de como milhares de homens e mulheres se recuperaram do alcoolismo**. São Paulo: JUNAAB, 2015.



ALCOOLISMO FEMININO. “Quem somos”. **Alcoolismo Feminino** [2022]. Disponível em: <www.associacaoaf.org>. Acesso em: 10/12/2024.

APOSTOLIDIS, T.; SANTOS, F.; KALAMPALIKIS, N. “Society against Covid-19: challenges for the socio-genetic point of view of social representations”. **Papers on Social Representations**, vol. 29, n. 2, 2020.

BENDER, K. *et al.* “How mutual aid proliferation developed solidarity and sense of collective responsibility in the early months of COVID-19”. **American Journal of Community Psychology**, vol. 73, n. 3, 2024.

BERTONI, L. M. **Se beber não dirija: representações, juventude e publicidade de bebidas alcoólicas**. Campinas: Editora Librum, 2016.

BOSI, E. **Memória e Sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: Editora da USP, 1987.

BRASIL. **Vigitel Brasil 2006-2023: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. Brasília: Ministério da Saúde, 2023a. Disponível em: <www.saude.gov.br>. Acesso em: 12/12/2024.

BRASIL. **Vigitel Brasil 2021: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. Brasília: Ministério da Saúde, 2022. Disponível em: <www.saude.gov.br>. Acesso em: 12/12/2024.

BRASIL. **Vigitel Brasil 2023: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. Brasília: Ministério da Saúde, 2023b. Disponível em: <www.saude.gov.br>. Acesso em: 12/12/2024.

BRIGHT, S. *et al.* “An analysis of intersectional disparities in alcohol consumption in the US”. **Social Science and Medicine**, vol. 363, 2024.

CAMPOS, E. **Alcoolismo, doença e pessoa: uma etnografia da associação de ex-bebedores alcoólicos Anônimos** (Tese de Doutorado em Ciências Sociais). São Carlos: UFSCar, 2005.

CASALI, C. “Redes sociais: um perfil no Facebook”. In: BRAGA, J. L.; CALAZANS, R.; RABELO, L. (orgs.). **Matrizes internacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: Editora da UEPB, 2017.

CESAR, B. A. L. “Alcoolismo feminino: um estudo de suas peculiaridades Resultados preliminares”. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, vol. 55, n. 3, 2006.

CHANA, E. *et al.* “Feminine Gender Norms and Syndemic Harmful Drinking, Sexual Violence, and Sexually Transmitted Infections Among Black Women at Risk for HIV”. **Drug and Alcohol Dependence** [2022]. Disponível em: <www.pmc.ncbi.nlm.nih.gov>. Acesso em: 12/12/2024.

CUNHA, N. M. F. *et al.* “Life stories about alcoholism: implications for self-care”. **Revista de Pesquisa: Cuidado é Fundamental Online**, vol. 13, 2021.

DIAS, A. M. S. **Memória e representações sociais de mulheres de grupos de alcoólicos anônimos sobre uso/abuso do álcool** (Dissertação de Mestrado em Memória: linguagem e sociedade). Vitória da Conquista: UESB, 2017.



FERNANDES, T.; SANTOS, E.; YORK, S. W. **Ciberfeminismo em tempos de pandemia de Covid-19: lives e seus multiletramentos críticos**. Salvador: Editora da UFBA, 2022.

FIOCRUZ - Fundação Oswaldo Cruz. **Pesquisa de Comportamentos: Convid**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2020. Disponível em: <www.fiocruz.br>. Acesso em: 12/12/2022.

FREITAS, M. T. A. “A escrita na internet: nova forma de mediação e de desenvolvimento cognitivo?” *In*: FREITAS, M. T. A.; COSTA, S. R. (orgs.). **Leitura e escrita de adolescentes na internet**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2006.

GALINKIN, A. L.; BERTONI, L. M. “Gênero e educação: um caminho para a igualdade”. **Em Aberto**, vol. 27, n. 92, 2014.

HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Editora Centauro, 2006.

HALBWACHS, M. **Os quadros sociais da memória**. Curitiba: Editora Antonio Fontoura, 2023.

HAMMOCK, K. *et al.* “Alcohol screening, brief intervention, and referral to treatment (SBIRT) for girls and women”. **Alcohol Research: Current Reviews**, vol. 40, n. 2, 2020.

HOLLANDA, H. B. (org.). **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. São Paulo: Editora Companhia das letras, 2018.

HOLZHAUER, C. G.; CUCCIARE, M.; EPSTEIN, E. E. “Sex and gender effects in recovery from alcohol use disorder”. **Alcohol Research: Current Reviews**, vol. 40, n. 3, 2020.

INPAD - Instituto Nacional de Políticas Públicas de Álcool e Outras Drogas. “Levantamento Nacional de Álcool de Drogas – II LEDAD”. **INPAD** [2012]. Disponível em: <www.inpad.org.br>. Acesso em: 24/12/2024.

JELIN, E. **Los trabajos de la memoria**. Madrid: Siglo XXI, 2002.

LAPATE, V. **Hora Zero: a independência das drogas – antes que os problemas cheguem**. São Paulo: Editora Scortecci, 2001.

LLAMOSAS-FALCÓN, L.; REHM, J. “El consumo de alcohol en España”. **Medicina Clínica**, vol. 160, n. 7, 2023.

MA, S.; ZHENG, F.; ZOU, Z. “How social media impacts the feminism movement”. **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, vol. 664, 2022.

McCAUL, M. E.; GRAKALIC, I. “Women and alcohol – From the editors”. **Alcohol Research: Current Reviews**, vol. 40, n. 2, 2020.

McCRADY, B. S.; EPSTEIN, E. E.; FOKAS, K. F. “Treatment interventions for women with alcohol use disorder”. **Alcohol Research: Current Reviews**, vol. 40, n. 2, 2020.

MEIRA, S.; ARCOVERDE, M. A. M. “Representações Sociais de enfermeiros de unidades básicas de um distrito sanitário de Foz do Iguaçu, PR, sobre o alcoolismo”. **Revista Eletrônica Saúde Mental Álcool e Drogas**, vol. 6, n. 1, 2010.

MOSCOVICI, S. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1978.



MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

MOTA, L. A. **Dependência química e representações sociais**: pecado, crime ou doença? Curitiba: Editora Juruá, 2009.

NEVES, D. P. “Alcoolismo: acusação ou diagnóstico?” **Cadernos de Saúde Pública**, vol. 20, n. 1, 2004.

NIAAA - National Institute On Alcohol Abuse And Alcoholism. **When it comes to reducing alcohol-related stigma, words matter**. Bethesda: NIAAA, 2021. Disponível em: <www.niaaa.nih.gov>. Acesso em: 03/12/2025.

NIDA - National Institute On Drug Abuse. **Words matter**: terms to use and avoid when talking about addiction. Bethesda: NIDA, 2021. Disponível em: <www.nida.nih.gov>. Acesso em: 03/12/2025.

NORA, P. “Entre memória e história: a problemática dos lugares”. **Projeto História**, n. 10, 1993.

OMS - Organização Mundial Da Saúde. “Coronavirus”. **OMS** [2019]. Disponível em: <www.who.int>. Acesso em: 24/12/2024.

RECUERO, R. “Redes Sociais no Ciberespaço: Uma proposta de Estudo”. **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.

RECUERO, R. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.

RECUERO, R. **Redes Sociais da Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

SÁ, C. P. “As memórias da memória social”. In: SÁ, C. P. **Estudos em psicologia social**: História, comportamento, representações e memória. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2015.

SILVA, M. G. B. **O beber feminino**: o olhar das mulheres (Tese de Doutorado em Saúde Pública). Recife: Fiocruz, 2019.

SILVA, M. G. B.; LYRA, T. M. “O beber feminino: socialização e solidão”. **Saúde Debate**, vol. 39, n. 106, 2015.

SILVA, R. L. **Facebook, igualdade de gênero e empoderamento feminino no Corfebol** (Tese de Doutorado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias). Rio Claro: Unesp, 2021.

TERENZZO, K. R. “Redes [digitais] feministas e de mulheres: hackeando o patriarcado?” **Galáxia**, n. 49, 2024.

VIANA, A. R. L.; LIMA, I. F.; SOARES, G. S. “Informação e empoderamento feminino no Instagram: estudo a partir de coletivos feministas”. **Em Questão**, vol. 29, 2023.

WHITE, A. M. “Gender Differences in the Epidemiology of Alcohol Use and Related Harms in the United States”. **Alcohol Research: Current Reviews**, vol. 40, n. 2, 2020.

WHO - World Health Organization. “Coronavirus disease (COVID-19)”. **WHO** [2025b]. Disponível em: <www.who.int>. Acesso em: 03/01/2025.



WHO - World Health Organization. "Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it". **WHO** [2025a]. Disponível em: <[www.who.int](http://www.who.int)>. Acesso em: 03/01/2025.

WHO - World Health Organization. **Alcohol**. Geneva: WHO, 2024. Disponível em: <[www.who.int](http://www.who.int)>. Acesso em: 03/01/2025.



## **BOLETIM DE CONJUNTURA (BOCA)**

Ano VII | Volume 21 | Nº 61 | Boa Vista | 2025

<http://www.ioles.com.br/boca>

### **Editor chefe:**

Elói Martins Senhoras

### **Conselho Editorial**

Antonio Ozai da Silva, Universidade Estadual de Maringá

Vitor Stuart Gabriel de Pieri, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Charles Pennaforte, Universidade Federal de Pelotas

Elói Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima

Julio Burdman, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Patrícia Nasser de Carvalho, Universidade Federal de Minas Gerais

### **Conselho Científico**

Claudete de Castro Silva Vitte, Universidade Estadual de Campinas

Fabiano de Araújo Moreira, Universidade de São Paulo

Flávia Carolina de Resende Fagundes, Universidade Feevale

Hudson do Vale de Oliveira, Instituto Federal de Roraima

Laodicéia Amorim Weersma, Universidade de Fortaleza

Marcos Antônio Fávoro Martins, Universidade Paulista

Marcos Leandro Mondardo, Universidade Federal da Grande Dourados

Reinaldo Miranda de Sá Teles, Universidade de São Paulo

Rozane Pereira Ignácio, Universidade Estadual de Roraima