

Mercado Álcool e Saúde Pública – BRASIL e COVID - 2020

Prof. Dr. Ronaldo Laranjeira

Departamento de Psiquiatria – UNIFESP

UNIAD

Introdução

- 1975 – Alcohol control policies in public health perspective (Bruun et al, 1975) – PURPLE BOOK
- TESE : “ quanto maior a média de álcool consumido numa sociedade, maior a incidência de problemas experimentados por essa mesma sociedade ”

Introdução

- CONSEQUENCIA DA TESE: “ Uma forma de prevenir os problemas do álcool é através de políticas direcionadas à redução da média de consumo do álcool, especialmente aquelas políticas que limitem a disponibilidade do álcool”

Introdução

- 1990 – novo projeto financiado pela OMS para rever esses conceitos:
- ALCOHOL POLICY AND THE PUBLIC GOOD (Edwards et al, 1994)

Introdução

- O livro conclui que as políticas públicas relacionadas com o álcool evoluiu devido a forte evidência científica derivada de pesquisas de várias fontes ocorridas desde 1975.

Introdução

- Após rever todas as evidências nas áreas de: taxação, restrições da disponibilidade, beber e dirigir, educação e álcool, programas de ação comunitária e tratamento, conclui:
 - Que as pesquisas mostram além de qualquer dúvida que ações de saúde pública de comprovada efetividades estão disponíveis para servir o bem público reduzindo o custo e dor relacionados com o uso de álcool

Introdução

- Para se chegar a esse fim devemos ter como respostas ações que influenciem ambos, a quantidade consumida pela população e os contextos de alto riscos e comportamentos relacionados ao beber que são relacionados com problemas. São medidas complementares.

SCIENTIFIC EVIDENCE

Alcohol: un producto no ordinario

Investigación y políticas públicas

Segunda edición

Thomas Babor • Raul Caetano • Sally Casswell • Griffith Edwards • Norman Giesbrecht
Kathryn Graham • Joel Grube • Linda Hill • Harold Holder • Ross Homel
Michael Livingston • Esa Österberg • Jürgen Rehm • Robin Room • Ingeborg Rossow

La versión original en inglés fue publicada por Oxford University Press



ALCOHOL

NO ORDINARY COMMODITY
research and public policy

SECOND EDITION

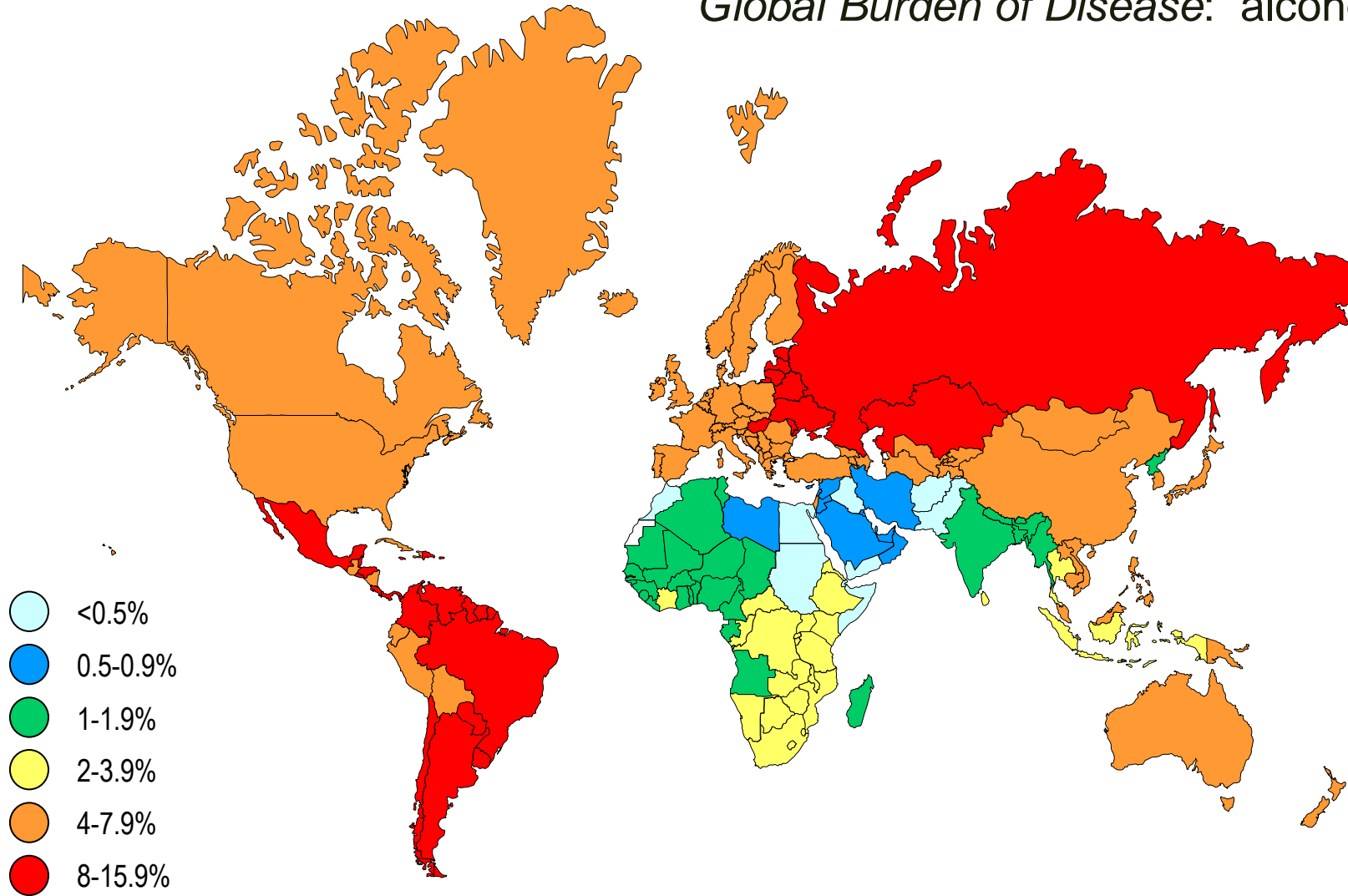


Thomas Babor, Paul Caetano, Sally Casswell, Griffith Edwards,
Norman Giesbrecht, Kathryn Graham, Joel Grube, Linda Hill,
Harold Holder, Ross Homel, Michael Livingston, Esa Österberg,
Jürgen Rehm, Robin Room, Ingeborg Rossow

Section III – estratégias e intervenções

- Estratégias e intervenções para reduzir o dano relacionado com álcool
- Preço e taxação
- Regulando a disponibilidade física do álcool
- Contexto do beber
- Beber e dirigir
- Regulando promoção do álcool
- Educação
- Tratamento

Global Burden of Disease: alcohol



(% DALYs) (2000)

Desafios

- Mercado do álcool desregulado com grande interesse industria.
- Rede de politicos envolvidos com distribuição
- Rede de quem faz política sem conhecimento dos princípios
- Baixo envolvimento comunitário com o assunto
- Poucos bons exemplos: Diadema, Natal, Pindamonhagaba

BRAZIL

- Unregulated alcohol market
 - 1 million places selling alcohol – weekly visited by the alcohol industry – 70% no license as business
 - 30% of intoxicated drivers on the week ends
 - Teenagers buying alcohol on 90% of the places
 - Price extremely cheap
 - 1 liter of PINGA – U\$ 1
 - 1 can of beer – U\$ 0,30
 - 1 liter of orange juice – U\$ 3,5


Promocão
Cachaça com leite de
coco e leite de
café
na fábrica
1995
R\$ 18,90

Barro's Bar e Restaura
tel: 33681710





Agressive Alcohol marketi

Kaiser 

Nov 07 2007

www.kaiser.com

RS

Kaiser. Sempre vai bem.

Kaiser

The advertisement features a woman in a yellow and white dress standing inside a giant beer glass. The background is a bar with shelves of bottles. The Kaiser logo is prominently displayed at the top. A small price tag 'RS' is visible in the bottom left corner, and a curved banner with the slogan 'Kaiser. Sempre vai bem.' is in the bottom right. A bottle of Kaiser beer is shown in the bottom right corner.



Ilana Pinsky
INPAD-Federal University of São Paulo

**Fapesp 2011/18963-4/
CNPq 300.816/2100-3**

INPAD

Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para
Políticas Públicas do Álcool e Outras Drogas



I ILENAD

Levantamento Nacional de Álcool e Drogas

Consumo de Álcool no Brasil: Tendências entre 2006/2012

Direção: Ronaldo Laranjeira

Coordenação: Clarice Sandi Madruga

Organização: Ilana Pinsky, Raul Caetano, Sandro Mitsuhiro



Ipsos Public Affairs
The Social Research and Corporate Reputation Specialists

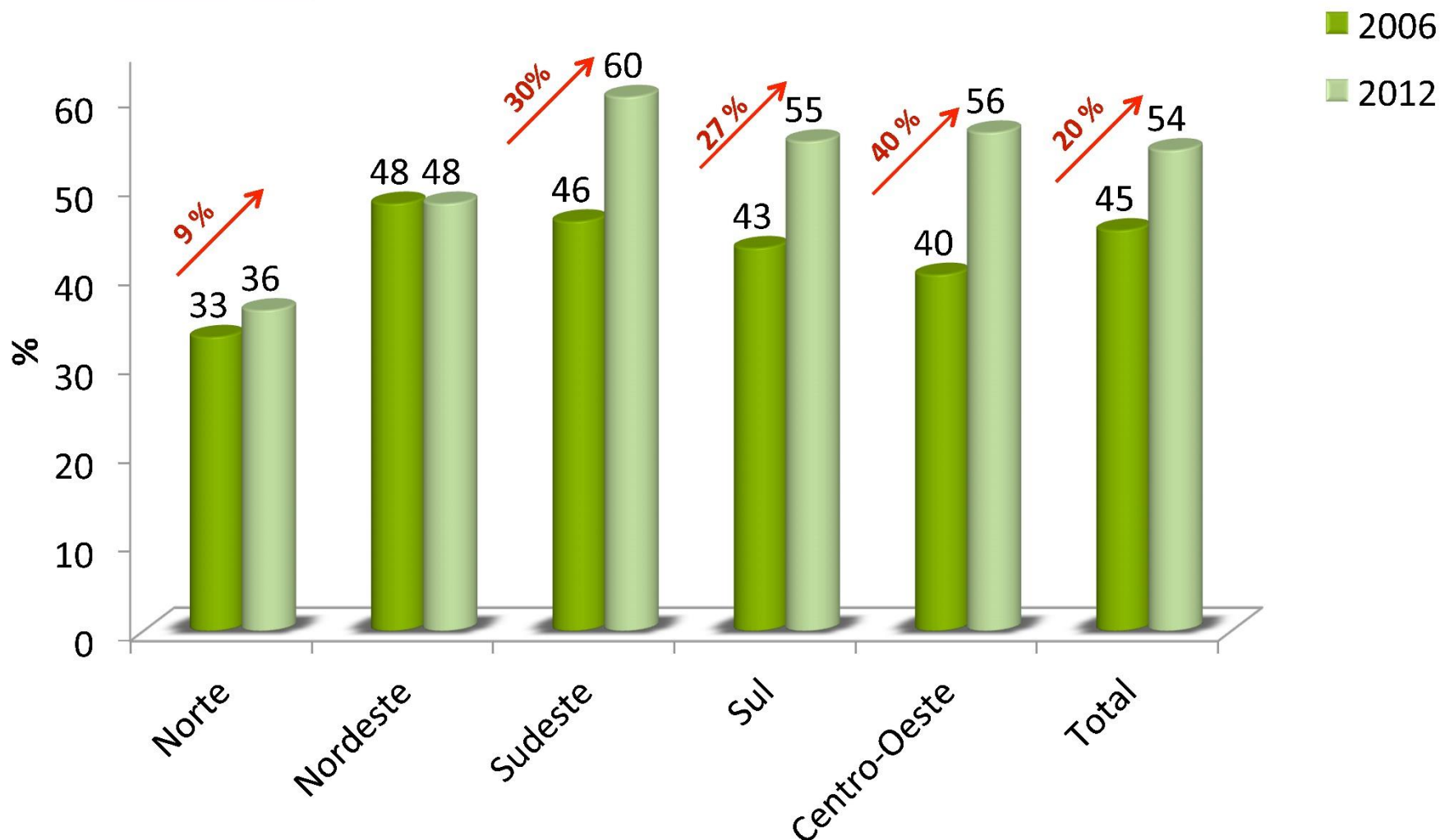




Beber Regularmente

(1x/semana ou mais)

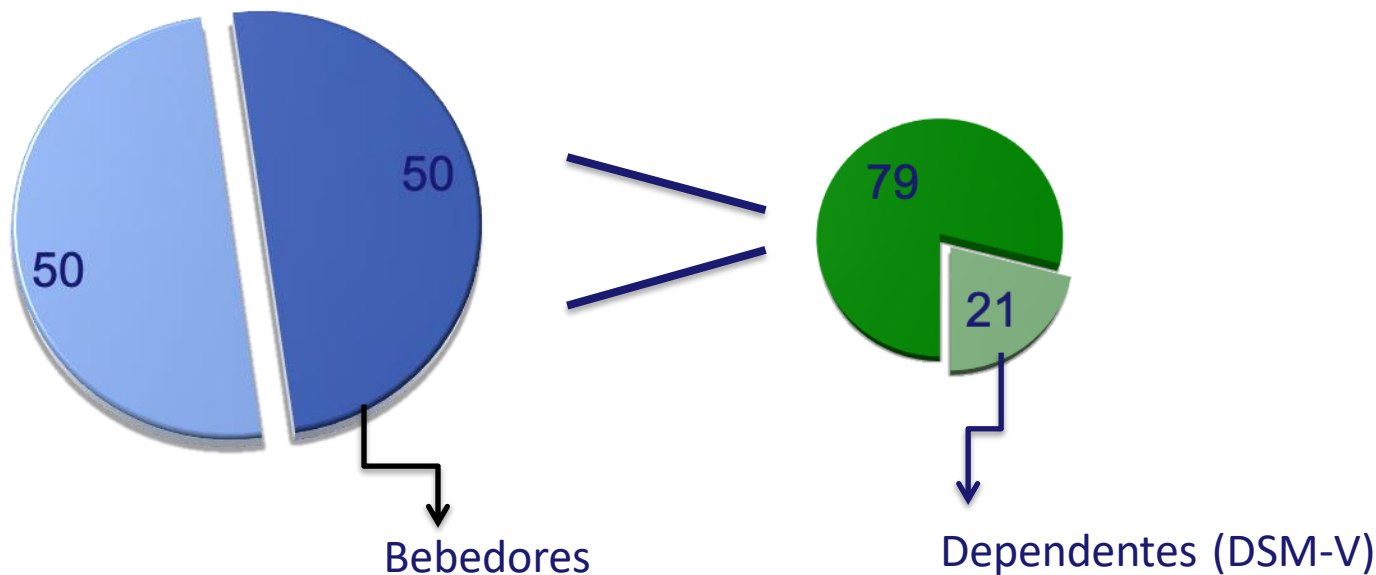
Regiões



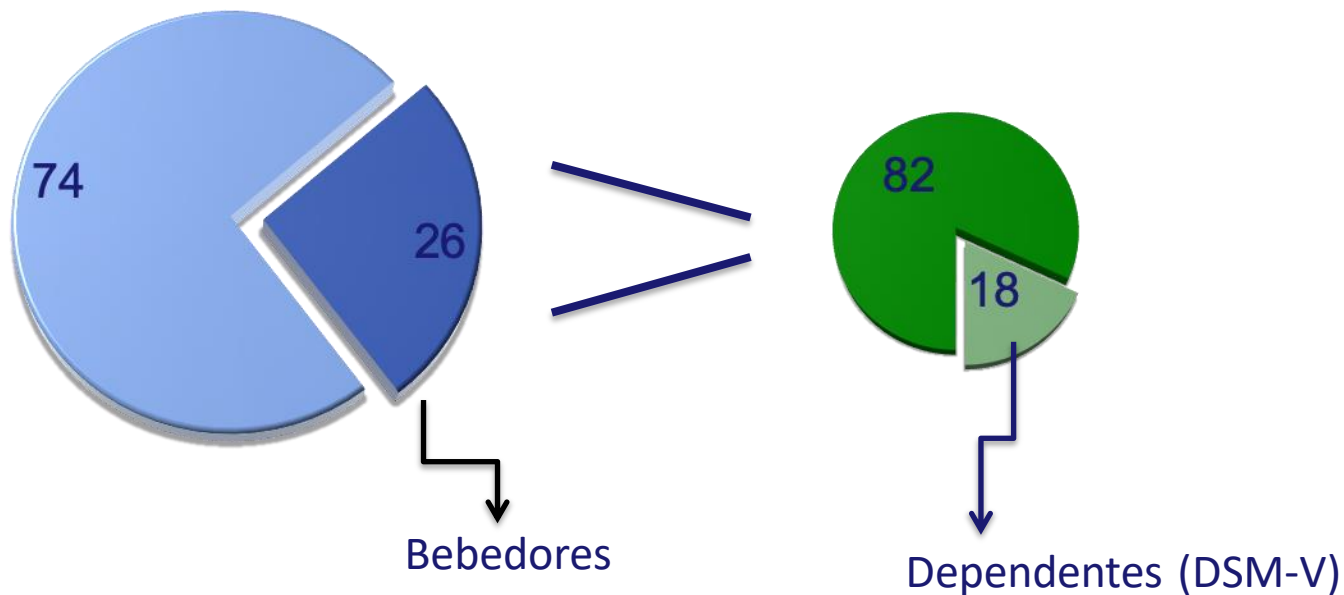


Consumo de Álcool 2012

Adultos

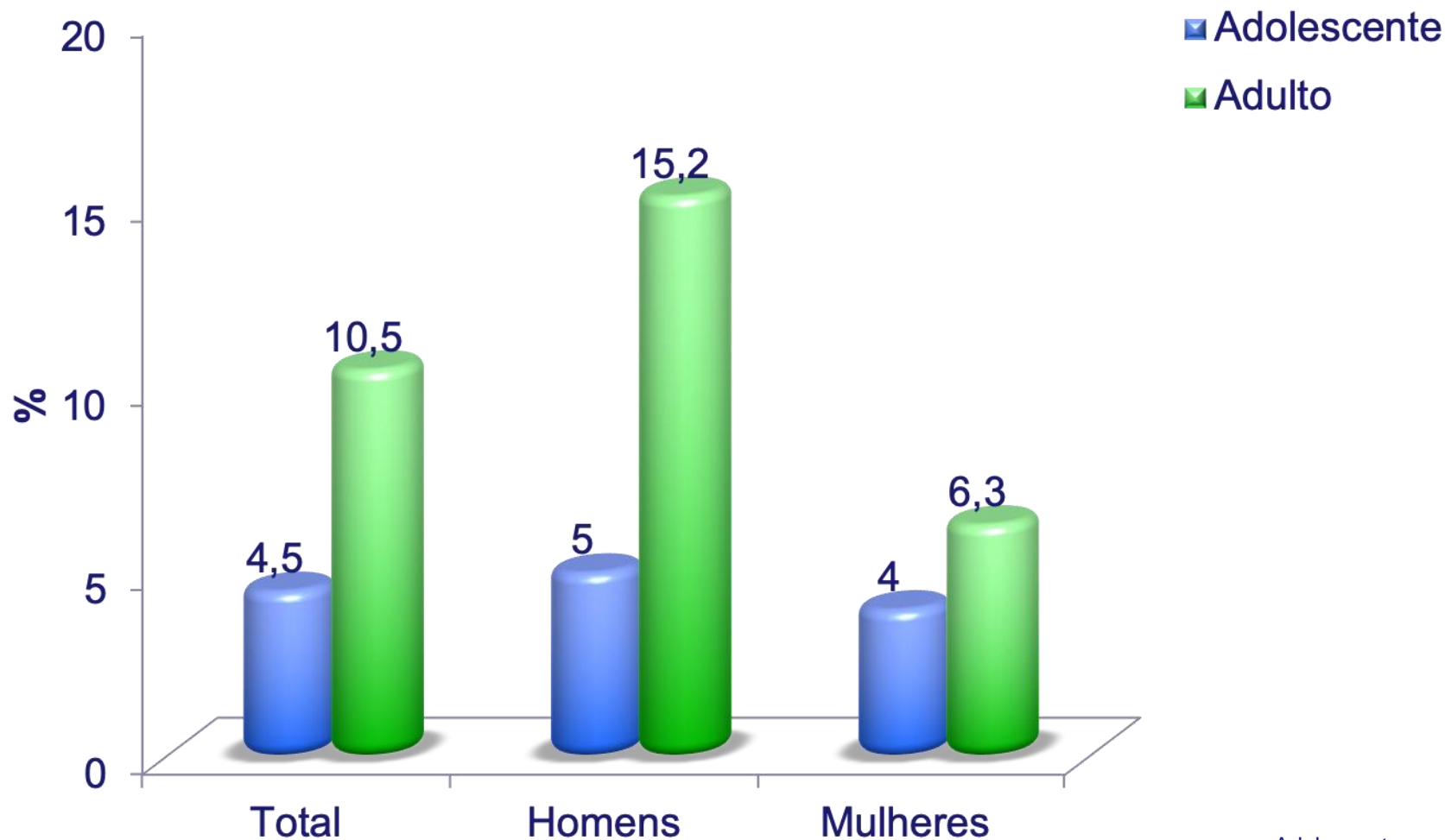


Adolescentes (<18 anos)





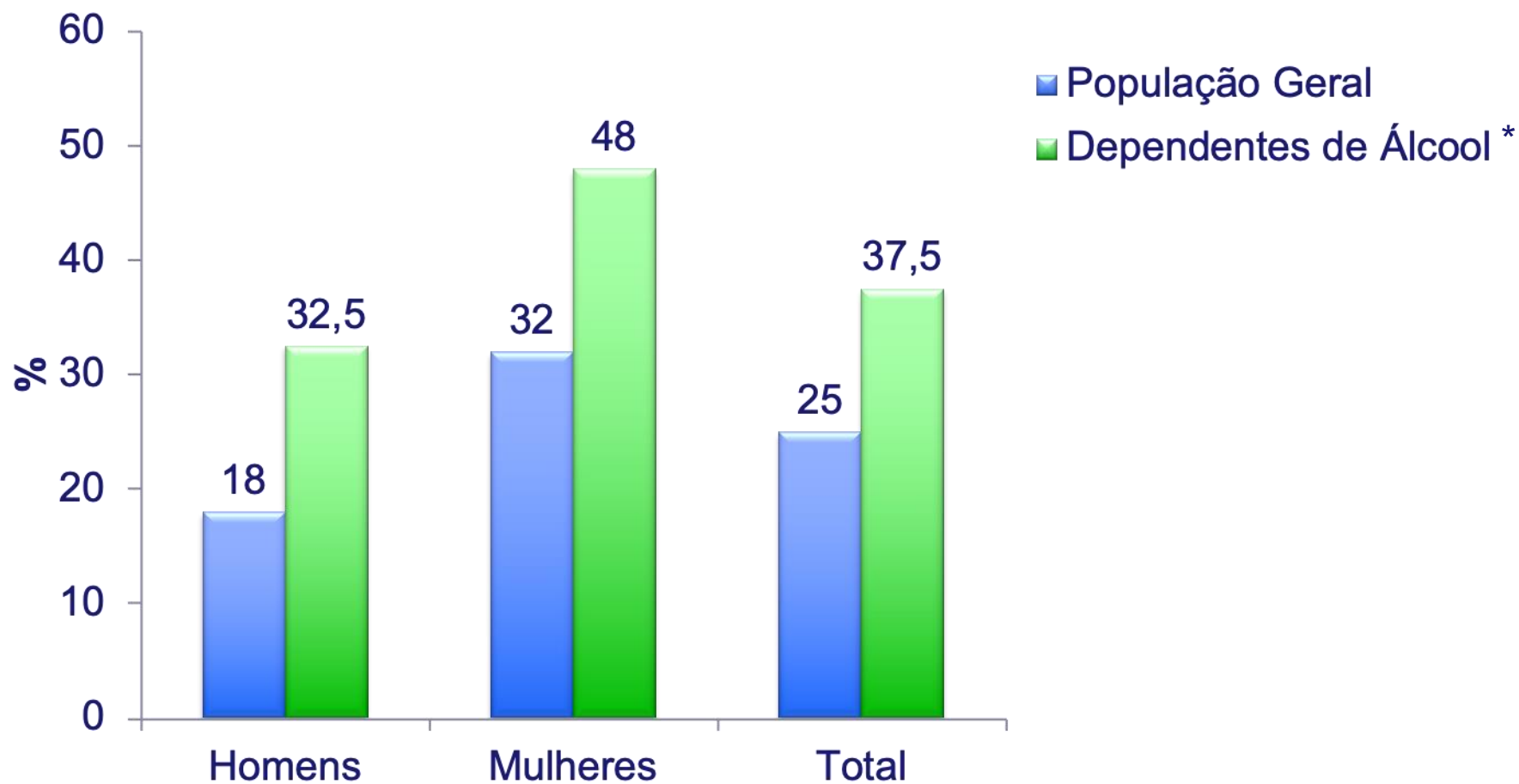
Transtornos por Uso de Álcool (AUD) DSM-V



Adolescentes = <18 anos



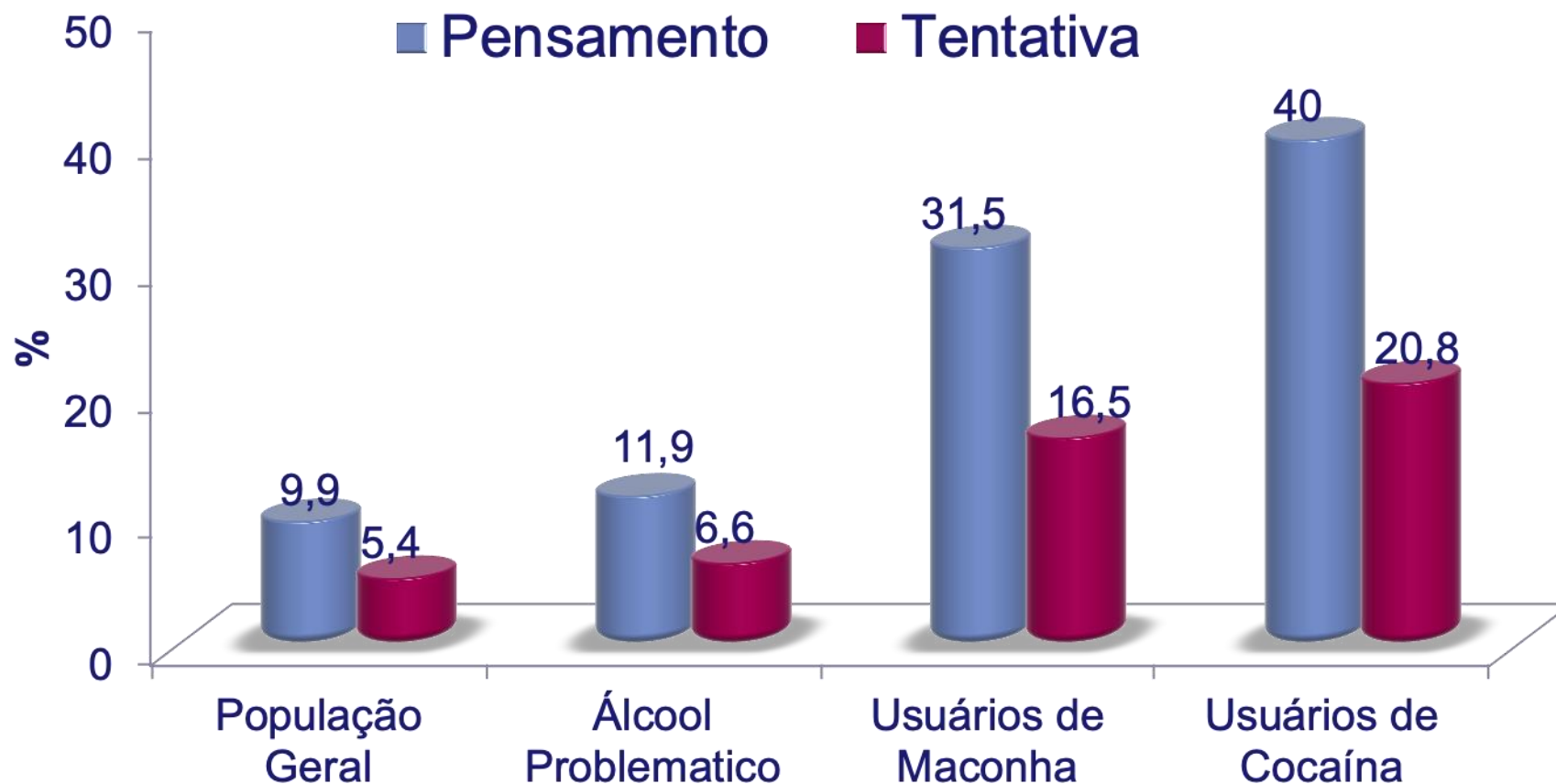
Depressão



* Segundo DSM-V



Suicídio



LENAD

Levantamento Nacional de Álcool e Outras Drogas



→ **Alcohol/Cocaine and Domestic Violence**



Abuso de
álcool entre
agressores

(OR: 2.4, $p < 0.05$)

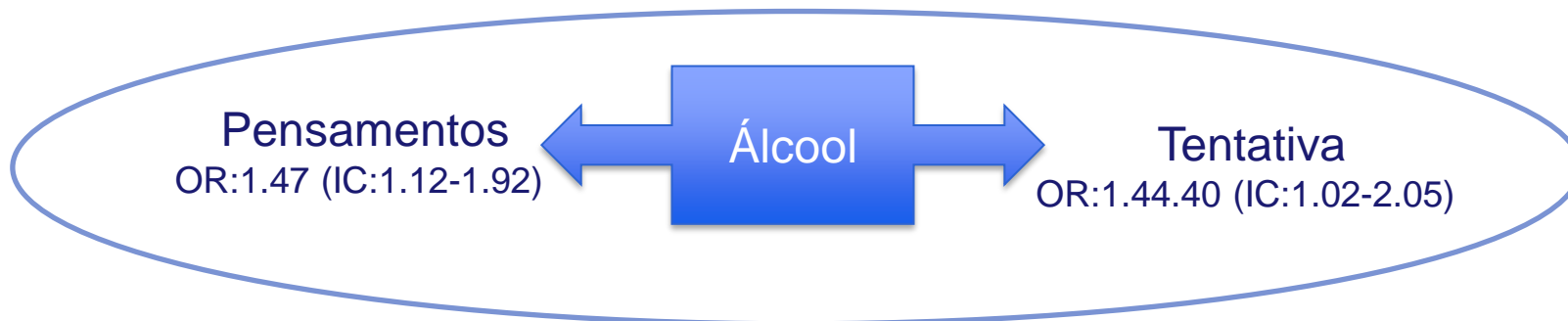


Uso de
cocaína entre
agressores

(OR: 4.1, $p < 0.01$)



Suicídio

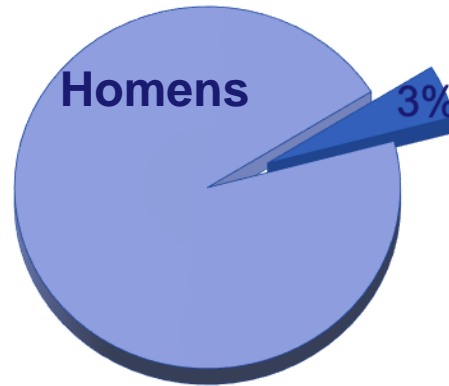
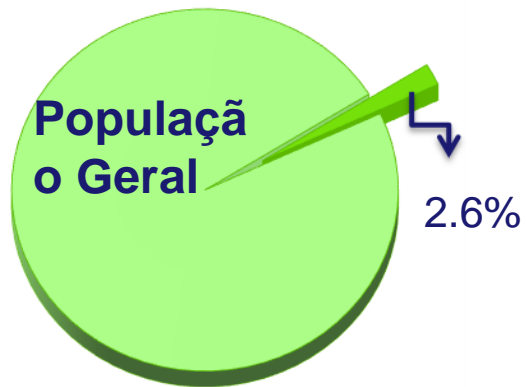


Regressão Logística

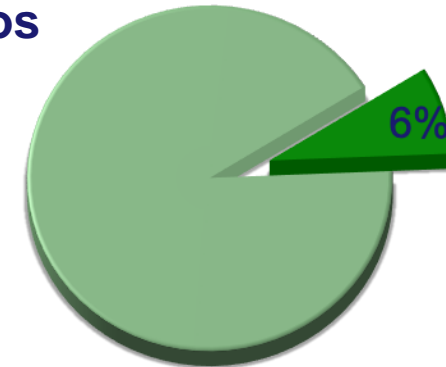
Modelo ajustado por características sociodemográficas, religião, tabagismo, história familiar de suicídio e depressão.



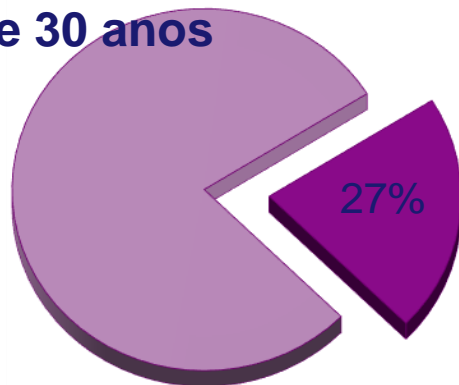
Envolvimento em Brigas com Agressão Física



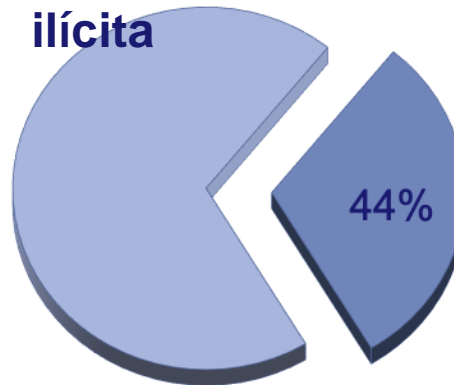
Homens com menos de 30 anos



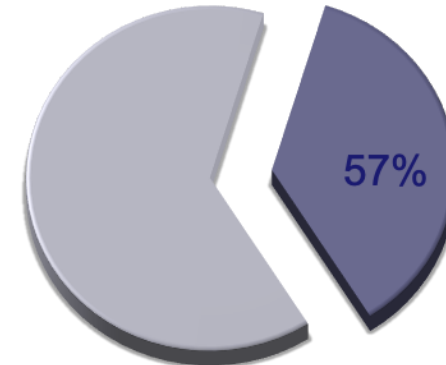
Homens, bebedores problemáticos com menos de 30 anos



Que já experimentaram alguma substância ilícita



Que são usuários de cocaína

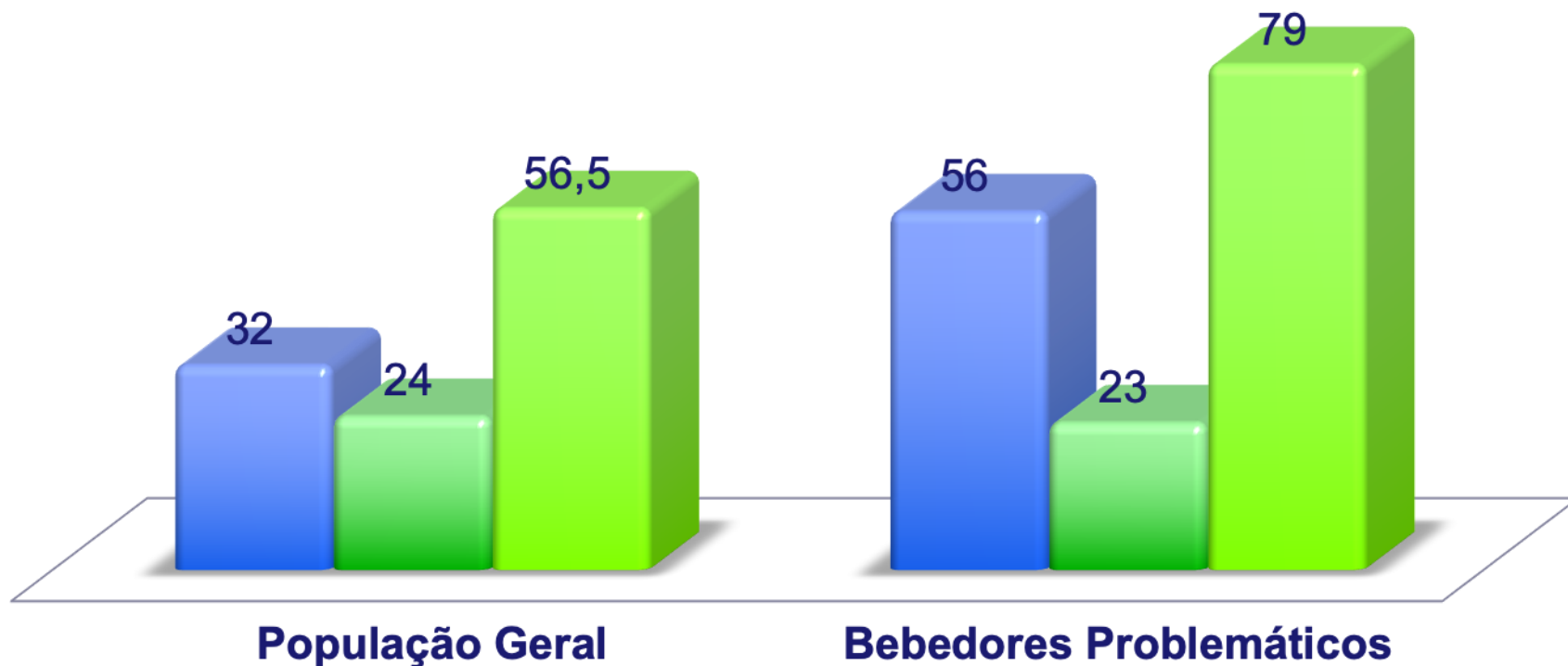




Sexo Desprotegido

“Nunca ou quase nunca usa camisinha”

■ Homens ■ Mulheres ■ Total





Fatores Associados



Gravidez Precoce

(Com idade entre 14 e 20 anos¹)

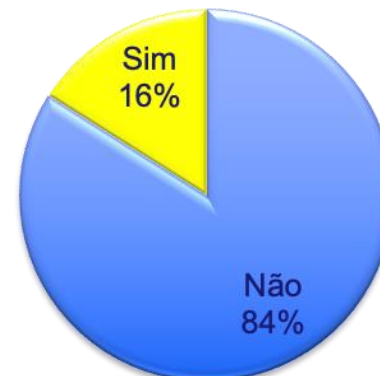
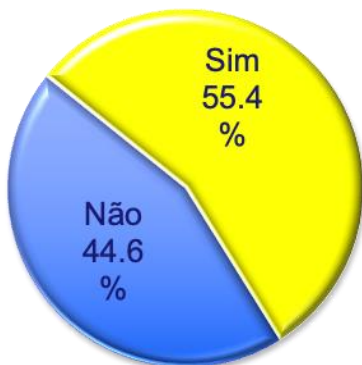


Interrupção de Gravidez

(Provocada ou natural - 14 e 20 anos)



Com Abuso e/ou Dependência Alcoólica



¹ Definido pela OMS



→ **Álcool e Violência Urbana**



Vítimas

(OR: 2.30, $p < 0.05$)

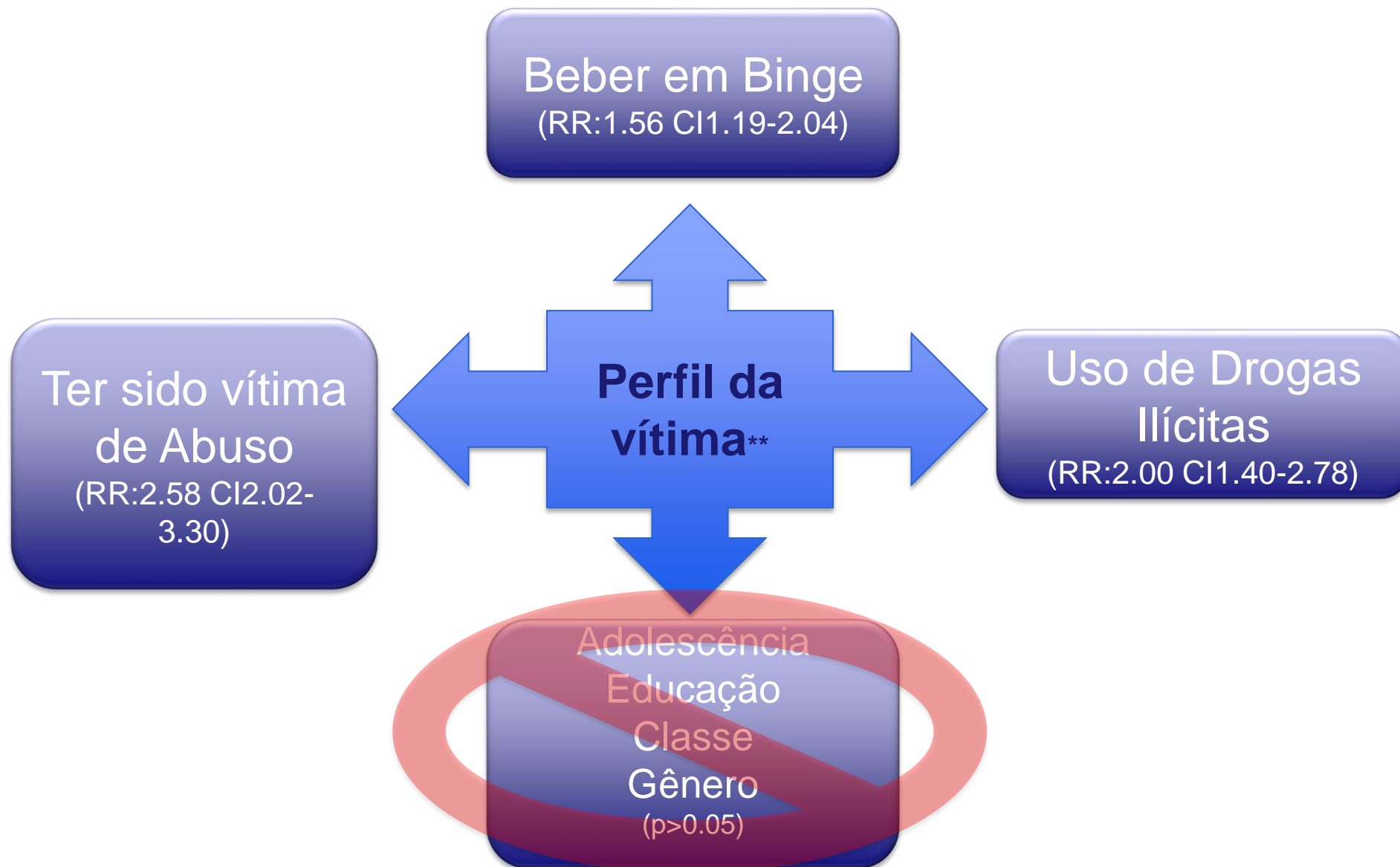


Agressor

(OR: 3.15, $p < 0.05$)



Fatores Associados - Violência Urbana



* Poisson regression, ajuste para sociodemográficas

** Definido por: ter sido assaltado e/ou estuprado e/ou ameaçado com faca ou arma)

COVID - 2020

- Fechamento dos bares e restaurantes
- Diminuição eventos culturais
- Diminuição gastos pessoais
- Reação da indústria do álcool



SERVIÇO DE DELIVERY ENTREGA CERVEJA GELADA NA PORTA DE CASA

Publicado em 22.08.2016

O “Zé Delivery” é um serviço de entregas feito para garantir que nunca faltará cerveja gelada naquela festa com os amigos ou na reunião da galera no final de semana. O serviço tem parceria com pontos de venda, fazendo a entrega da cerveja, e de outras bebidas, em até 1 hora, por preços equivalentes aos dos supermercados.

A conta pode ficar ainda mais barata se você usar o “Zé Delivery” para fazer a troca de garrafas retornáveis. Olha só um exemplo: uma unidade retornável de Original (600ml) sai por R\$ 4,49, dois reais mais barata do que uma unidade com o vasilhame incluso.

Disponível nas cidades de São Paulo e Ribeirão Preto e na Região do ABC, o “Zé Delivery” funciona até de madrugada. Dependendo da sua localização, também dá para comprar carne, carvão, gelo e outras coisas para fazer um churrasco completo e sem dor de cabeça.

Para fazer um pedido, basta entrar no site <https://www.ze.delivery/>, digitar o seu CEP e escolher o que você quer. Também é possível comprar através do aplicativo do “Zé Delivery”, nos smartphones com Android. O pagamento pode ser feito com dinheiro ou cartão. Quer fazer um teste? O Zé te dá R\$ 15 reais para gastar com cerveja quando você convida um amigo, sendo que ele também ganha o mesmo desconto na primeira compra.



02-08-16_INOVACAO_ZEDELIVERY_RELEASE (12.4 KB)



ENTRE ou CRIE UMA CONTA

PRODUTOS SOBRE O CHOPP COMO COMPRAR CALCULADORA



LEVE CHOPP BRAHMA PARA A SUA CASA!

COMECE SEU PEDIDO INSERINDO O SEU CEP ABAIXO.

BUSCAR ENDEREÇO

Não sabe seu CEP? [clique aqui](#)

AS MARCAS QUE VOCÊ AMA



ACESSO RÁPIDO



CHOPES

[VER TODOS](#)



NÃO ALCOÓLICOS

[VER TODOS](#)



SERVIÇO DE



NOVIDAD



CONHEÇA A

GASTRONOMIA

VER TODAS

BEBER

Um brinde de casa: Ambev faz live cervejeira com harmonização guiada

Interessados podem acompanhar live com conteúdo exclusivo de mestre-cervejeira e especialista convidada nesta quinta-feira (14/05)



© DIVULGAÇÃO

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

AdChoices

VESTIBULAR
MACKENZIE 2020/2
INSCRIÇÕES
ATÉ 23.06

**VIVER
POR UMA
RAZÃO,**

**NÃO
PELOS
APLAUSOS**

**#MACKENZIE
MEU LUGAR**

| **150** anos
1870 - 2020