



Desafios na Adoção de Medidas Públicas para a Redução do Consumo de Álcool em Jovens^{a)}

Adoption of Public Interventions for Adolescent Alcohol Use in Portugal: Challenges and Opportunities

João Picoito^{*,**}✉ , Constança Santos^{*,***}

RESUMO

Introdução: O consumo de álcool é um dos fatores de risco mais importantes para a carga global de doença, sendo que o nível de consumo que minimiza o impacto na saúde é a abstinência. Em Portugal, cerca de metade dos adolescentes com 15 anos consumiram álcool nos últimos 12 meses. O seu consumo durante a adolescência está associado a disrupção dos processos maturativos cerebrais, tendo um impacto deletério em funções neurocognitivas e comportamento. Por outro lado, quanto mais precoce for o início do consumo, maior o risco de dependência futura. Assim, o controlo do consumo de álcool em jovens através de medidas públicas é fundamental.

Objectivos: O presente artigo pretende rever diferentes políticas e intervenções para o controlo do consumo de álcool em jovens, analisando simultaneamente os fatores que devem ser considerados para a efetiva adoção dessas medidas.

Métodos: Revisão não sistemática da literatura, utilizando a base de dados médica

Pubmed, e o motor de busca *Google Scholar* para obtenção de literatura relevante para o objetivo do presente estudo.

Resultados e Conclusões: Existe já evidência da efetividade de um conjunto de medidas para a redução do consumo de álcool em jovens. Contudo, a perceção de nocividade do álcool e da normatividade do consumo na adolescência, assim como a influência dos produtores de álcool na sociedade são barreiras importantes à implementação destas medidas. No presente artigo são elencadas várias medidas para que a adoção de políticas públicas seja efetiva, incluindo o envolvimento da sociedade civil, a promoção da atividade de organizações não governamentais, e a negociação com os produtores de álcool, entre outras. A existência de um amplo consenso a nível nacional e internacional, com ações conjuntas e concertadas, é indispensável para a adoção de medidas públicas para a redução do consumo de álcool em jovens.

Palavras-Chave: Álcool; Adolescentes; Adolescência; Políticas Públicas.

a) A previous version of the present article was written for the coursework completion of the 9th Doctoral Programme in Public Health, Escola Nacional de Saúde Pública, Universidade NOVA de Lisboa.

* Escola Nacional de Saúde Pública, Universidade NOVA de Lisboa; ✉ joao.picoito@gmail.com

** Serviço de Pedopsiquiatria, Hospital Pediátrico de Coimbra, Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra

*** Serviço de Pediatria, Centro Hospitalar Cova da Beira, Covilhã

 <https://orcid.org/0000-0001-6059-2528>

Recebido / Received: 23/03/2019 - Aceite / Accepted: 14/04/2020

ABSTRACT

Background: Alcohol use is one of the most significant risk factors for the global burden of disease. Abstinence is the only level of consumption that minimizes its harmful impact on health. In Portugal, nearly 50% of 15-year-old adolescents have used alcohol in the past 12 months. Adolescence is a critical period of brain maturation, and alcohol consumption is associated with disruption of neurodevelopmental processes. Additionally, adolescent substance use is associated with a higher risk of dependence. Therefore, public health interventions are of utmost importance for the control of adolescent alcohol use.

Aims: The present paper aims to review different policies and interventions tackling adolescent substance use, simultaneously analyzing factors that influence the effective adoption of these policies.

Methods: A non-systematic literature review using Pubmed and Google Scholar search engine was performed, to obtain relevant literature, including grey literature and institutional reports.

Results and conclusions: There is evidence of the effectiveness of a set of public health interventions to reduce alcohol use in adolescents. However, the perception of low harmfulness of alcohol consumption and the normativity of alcohol experimentation in adolescence, as well as the influence of the alcohol industry in society, are significant barriers to the implementation of such interventions. This article reviews several interventions for the effective adoption of

public policies, including the involvement of civil society, fueling the activity of non-governmental organizations, and negotiation with alcohol producers, among others. The existence of a broad consensus at the national and international level, with joint and concerted action, is crucial for the adoption of public interventions tackling adolescent alcohol use.

Key-words: Alcohol; Adolescents; Adolescence; Public Policy.

INTRODUÇÃO

O consumo de álcool é um dos fatores de risco mais importantes para a carga global de doença, em que o risco de mortalidade, em especial por cancro, aumenta com o nível de consumo, sendo que o nível de consumo que minimiza o impacto na saúde é a abstinência¹. Quando nos focamos nos efeitos do consumo de álcool em adolescentes, o seu potencial neurotóxico tem consequências nefastas a longo prazo, como a diminuição acelerada da espessura do córtex cerebral, e o aumento atenuado da substância branca². Estas alterações têm uma tradução comportamental e neuropsicológica, com comprometimento de funções executivas, nomeadamente da capacidade visuoespacial, velocidade de processamento e memória verbal, que por sua vez têm um impacto muito significativo no funcionamento académico dos adolescentes². Portanto, quando falamos de consumo de álcool em jovens, falamos de um tema que tem implicações a curto, médio e longo prazo, quer a nível social, quer a nível de saúde. Por outro lado, sabemos que quanto mais precoce for o consumo, maior a probabilidade dependência na vida adulta³. Adicio-

nalmente, segundo a *Gateway Hypothesis* de Denise Kandel, a experimentação e consumo regular de substâncias lícitas, como o álcool e tabaco, servem como primeiro passo para o escalar dos consumos para substâncias de nocividade e potencial aditivo cada vez mais elevados (por ex. cocaína e heroína)⁴.

Em Portugal, dados do *European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs* (ESPAD) de 2015, mostram que 20% dos adolescentes com 13 anos tinham consumido álcool nos últimos 12 meses, havendo um aumento praticamente linear com a idade, atingindo 50% dos adolescentes com 15 anos, e aos 18 anos mais de 80%⁵. Até 2013, em Portugal o limite legal para o consumo de álcool era de 16 anos, tendo sido alargado para os 18 anos, mas permitindo a compra de cerveja e vinho. Em 2015, a lei foi novamente alterada, incluindo a proibição a venda a menores de 18 anos de qualquer bebida alcoólica. Este é um primeiro passo para o combate ao consumo de álcool em adolescentes, mas insuficiente. São necessárias políticas abrangentes, com colaboração interministerial e que galvanizem os vários sectores da sociedade. De facto, um estudo internacional mostrou que adolescentes que vivam em países com políticas robustas para o controlo do consumo de álcool têm menor probabilidade de ter história positiva para consumo de álcool aos 13 anos, mesmo controlando para os níveis de consumo em adultos⁶.

OBJETIVOS

Tal como com o tabaco, vários desafios se colocam na adoção de políticas para o controlo do consumo de álcool. Os produtores de bebi-

das alcoólicas têm uma presença importante e influência na sociedade que deve ser tida em conta para a efetiva adoção de políticas de combate ao uso de álcool em adolescentes. Serão discutidas diferentes intervenções, assim como estratégias que facilitem a adoção destas medidas, através do envolvimento da sociedade civil e indústria.

MATERIAL E MÉTODOS

Para o presente trabalho foi realizada uma revisão não sistemática da literatura, realizada entre Julho e Agosto de 2018, utilizando a base de dados médica Pubmed, e o motor de busca Google Scholar para obtenção de literatura relevante para os objetivos do presente trabalho, incluindo relatórios de instituições nacionais e internacionais. Foram selecionados artigos adicionais através da pesquisa manual das referências dos artigos identificados. Como critérios de inclusão, os artigos teriam de abordar o consumo de álcool em adolescentes, em qualquer uma das seguintes abordagens: epidemiológica, clínica ou políticas de saúde.

RESULTADOS

Envolver os jovens, famílias e comunidades e tornar o combate ao consumo de álcool em jovens um desígnio nacional

A Islândia é um bom exemplo de políticas efetivas e adequadas ao contexto nacional, no controlo do uso de álcool em adolescentes. De 1995 a 2015, a percentagem de adolescentes que nunca tinham consumido álcool durante a vida aumentou de 20,8% para 65,5%⁷. Adicionalmente, verificou-se a diminuição da proporção de adolescentes que tinham consumido álcool 40 vezes ou mais de 13,7% para

2.8%. O modelo islandês colocou a tônica no reforço da ligação entre as famílias, escolas e organizações locais, com o objetivo de aumentar o capital social de bairros e comunidades⁸. Uma peça fundamental foi envolver entidades desportivas locais e escolas, favorecendo o funcionamento socio-académico dos adolescentes através do desporto e atividades extra-curriculares, promovendo a formação de grupos de pares potenciadores de estilos de vida saudáveis e com atitudes desfavoráveis à experimentação e consumo de substâncias. Por outro lado, reforçou-se a ligação entre pais, através de atividades no âmbito das associações de pais escolares, assim como atividades menos tradicionais como uma “ronda” noturna semanal, em que grupos de pais passeiam pelos bairros, monitorizando as atividades dos jovens nas redondezas. Contudo, o fator que mais contribuiu para o sucesso do modelo islandês foi a capacidade de galvanizar as comunidades locais em diminuir o consumo de álcool por jovens, tornando este um desígnio e objetivo de âmbito nacional. Para tal, o *Icelandic Centre for Social Research and Analysis*, responsável pelo desenho e implementação destas medidas, partilha anualmente com as comunidades os resultados do programa, promovendo a reflexão local sobre os resultados, e estimulando a tomada de ações futuras. Devemos obviamente olhar para este pacote de medidas, tendo em conta as características sociodemográficas e históricas da Islândia. É um país com uma população de cerca de 350.000 habitantes, com uma longa história de legislação para o controlo do consumo de álcool a nível nacional, e em que a venda de bebidas alcoólicas em estabelecimentos de comércio é

proibida, estando apenas disponível em lojas controladas pelo Estado com horário e acesso reduzidos.

Todavia, contrastando com a diminuição do consumo de álcool, entre 1995 e 2015, houve um aumento da percentagem de jovens que consumira canábis 40 ou mais vezes, de 0.7% para 2.3%⁷. Este resultado remete-nos para a necessidade de olhar o consumo de substâncias em adolescentes, não segundo o prisma de uma única substância, mas como padrões de consumo (por ex. abstinentes, consumidores esporádicos de álcool, consumidores frequentes de álcool e tabaco, poli-consumidores, entre outros). Concomitantemente, há que ter em conta que os diferentes padrões de consumo têm diferentes associações com fatores individuais, sociodemográficos, escolares e familiares^{9,10}. Utilizando dados portugueses do estudo *Health Behaviors in School-Aged Children* (HBSC) de 2010, patrocinado pela Organização Mundial de Saúde, encontrámos padrões de uso e iniciação de substâncias diferentes em rapazes e raparigas de 15 anos, nomeadamente um padrão de poli-consumidores (álcool, tabaco e canábis) e de iniciação de álcool e tabaco na pré-adolescência em rapazes (5.5%), e um padrão de experimentação de álcool e uso regular de tabaco em raparigas (18.9%)¹¹. Para além de um conjunto comum de fatores associados a uso de substâncias regular e precoce (baixa satisfação com a escola e *bullying*), o reporte de comunicação pais-adolescente pobre pareceu também estar associado a padrões de uso de maior risco, mas apenas em raparigas¹¹. Sintomas psicológicos também se associaram a uso regular de álcool e tabaco, mas novamente apenas em

raparigas¹¹. Para além de diferentes padrões e de diferentes fatores ecológicos associados ao consumo de álcool, é necessário compreender que atitudes e expectativas os jovens têm em relação ao consumo de álcool, entendendo assim as motivações para o início e manutenção do seu consumo¹². Por exemplo, atitudes como “beber álcool faz com que as pessoas se preocupem menos”; “beber álcool ajuda a fazer amigos, facilita a socialização” são atitudes comuns em relação ao álcool, que promovem e normalizam o consumo de álcool, não só por parte dos jovens, mas também pelas próprias famílias.

Para envolver de forma efetiva jovens, famílias e comunidades será necessário adotar uma abordagem colaborativa e participativa, de forma a diminuir barreiras na adoção e implementação de medidas de controlo do consumo de álcool. Se por um lado a opinião dos jovens sobre as diferentes medidas a adotar é essencial, por outro lado as suas contribuições serão importantes para perceber que medidas serão provavelmente mais efetivas, mais facilmente adotadas, ou até para o desenho de novas medidas concebidas pelos próprios jovens. Será importante perceber quais as medidas que os jovens consideram mais importantes, se por exemplo, o aumento das taxas sobre os produtos alcoólicos, se a proibição da publicidade a bebidas, ou o reforço da fiscalização da venda de álcool a menores de 18 anos. Adicionalmente, as medidas terão de ser ajustadas localmente, apelando à participação ativa da comunidade, família e jovens, que serão os melhores peritos para implementar políticas para o controlo do consumo de álcool em jovens. Por exemplo, será a comunidade que

melhor saberá quais os canais preferenciais de acesso a bebidas alcoólicas localmente, desenhando uma estratégia que terá de ser diferente se o acesso for através de bares/café, ou através de estabelecimentos de comércio de produtos alimentares. Serão também os agentes da comunidade que saberão melhor quais os diferentes padrões de consumo que os seus jovens apresentam e fatores ecológicos associados, desenhando assim intervenções ajustadas à realidade local, que podem em certos casos envolver sobretudo a escola, ou entidades desportivas e recreativas, ou estruturas de proteção de crianças e jovens, por exemplo.

Consignar uma Percentagem do Imposto sobre o Álcool para o Financiamento da Fiscalização da Venda a Menores de 18 Anos

A lei que proíbe o consumo de qualquer tipo de bebida alcoólica por menores de 18 anos deve ser aplicada e fiscalizada. Para tal, será necessário o reforço dos meios para a fiscalização de estabelecimentos comerciais, restauração, diversão noturna, ou qualquer outro tipo de atividade económica onde sejam vendidas bebidas alcoólicas. Esta fiscalização encontra-se a cargo da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE), sendo conhecidas as fragilidades da sua atuação, devido à escassez de recursos humanos e técnicos¹³. Uma medida que poderia facilmente colmatar esta dificuldade e garantir o financiamento das atividades de fiscalização seria a consignação de uma percentagem do imposto sobre as bebidas alcoólicas para este fim. A compra de bebidas alcoólicas por menores de 18 anos deve ser dificultada ao máximo, sendo que as fontes co-

merciais serão controladas com a fiscalização da aplicação da lei. Contudo, as fontes sociais, nomeadamente pares, adultos ou festas serão mais difíceis de controlar, sendo necessárias abordagens de base comunitária como no caso islandês, em que a supervisão parental e envolvimento de estruturas que atuem localmente são fundamentais. Uma possível medida seria a responsabilização dos representantes legais dos menores. Contudo, esta medida só poderia ser aplicada, quando a opinião pública estivesse ciente do impacto nocivo do consumo de álcool em jovens. Caso contrário, seria duramente contestada e catalisadora de rejeição de outras medidas.

Promover a Atividade de Organizações Não-Governamentais (ONGs) que Advoguem a Diminuição do Consumo de Álcool pelos Jovens

A experiência com o tabaco mostra que a implementação de medidas públicas para o álcool exige que entidades independentes de interesses comerciais tenham voz ativa, catalisando a implementação dessas políticas¹⁴. Em 2008, a *Bloomberg Philantropies* e a *Bill & Melinda Gates Foundation* contribuíram com 500 milhões de dólares para combater o consumo de tabaco a nível mundial. Isto contrasta com as políticas anti-álcool que não têm recebido semelhante financiamento. Intervenções como campanhas de informação pública e programas de marketing social, assim como apoio a programas de educação para a saúde nas escolas ou de educação parental, têm eficácia comprovada na diminuição e prevenção do consumo de álcool¹⁵. Estas intervenções podem ser criadas e dinamizadas por ONGs de

âmbito nacional e local, envolvendo a sociedade civil na redução do consumo de álcool. Contudo, para que isto aconteça é necessário que existam recursos financeiros suficientes. Uma solução para o financiamento das ONGs passaria, como já acima descrito, pela consignação de uma percentagem do imposto sobre as bebidas alcoólicas¹⁴.

Restringir o Acesso através do Preço: Envolver as Empresas de Distribuição a Associarem-se a esta Medida, Promovendo a Imagem destas Empresas e a sua Responsabilidade Social

Políticas que restrinjam o acesso ao álcool através do aumento do preço atrasam a iniciação do consumo de álcool em adolescentes e a progressão para consumos de maior frequência e quantidade¹⁵. As alternativas incluem o aumento do imposto sobre bebidas alcoólicas, a implementação de um preço mínimo por unidade de álcool abaixo do qual a venda é proibida, ou a restrição de promoções e descontos. De facto, as promoções de bebidas alcoólicas influenciam o tipo de bebida e quantidade que é comprada, como mostrou um estudo qualitativo com uma amostra de jovens adultos australianos¹⁶. Adicionalmente, uma das práticas para a captação de novos clientes é a venda de produtos abaixo do preço de custo, em especial de bebidas alcoólicas, tornando-se esta uma barreira importante para iniciativas que pretendam reduzir o consumo de álcool¹⁷. Para aplacar esta influência no consumo de álcool, o governo escocês decidiu restringir em 2011 as promoções e descontos de bebidas alcoólicas. Contudo, comparando o volume total de álcool adquirido pelos agregados familiares

escoceses com os ingleses e galeses, durante a aplicação desta medida, não houve uma redução na quantidade de álcool comprado¹⁸. Isto levou a que a Inglaterra e o País de Gales não adoptassem posteriormente esta medida.

Uma forma de, provavelmente, as políticas sobre o preço do álcool terem uma adopção mais fácil e incontestada é a de associar as empresas do sector da distribuição a estas medidas, através da cooperação com ONG, no âmbito da responsabilidade social e imagem pública destas empresas.

Outro tópico importante quando falamos na restrição do acesso pelo preço é o da produção informal, especialmente importante em zonas rurais de Portugal onde a produção “caseira” de vinho e destilados é comum. Neste contexto, a subida do preço do álcool teria provavelmente um efeito mais brando em zonas rurais, sendo necessária a implementação de iniciativas de base comunitária.

Proibição da Publicidade a Bebidas Alcoólicas Dirigida a Jovens: Acautelar Pressão de Tratados Comerciais e Organismos Supranacionais

As crianças e adolescentes são um grupo especialmente vulnerável à publicidade devido às suas características desenvolvimentais, sendo assim um alvo preferencial das empresas, graças à sua capacidade para influenciar decisões na família, e ao seu potencial para se tornarem clientes leais à marca ao longo da vida¹⁹. São conhecidos os efeitos da exposição a publicidade a produtos alimentares de elevado teor calórico e obesidade em crianças²⁰. Quanto ao álcool, tem sido desenvolvida investigação para esclarecer o efeito da publicidade no con-

sumo de álcool em adolescentes. Um estudo longitudinal europeu mostrou que a exposição a marketing de bebidas alcoólicas encontra-se associada ao uso de álcool em adolescentes²¹. Uma revisão sistemática recente avaliou o efeito do preço, publicidade, atributos do produto e disponibilidade no consumo de álcool em crianças e adolescentes (9-17 anos), nomeadamente iniciação, continuação, frequência e intensidade²². Estes autores concluíram que a evidência aponta para uma associação entre a publicidade e o uso de álcool em adolescentes, mas que a associação com o preço, atributos do produto, e disponibilidade é menos robusta. Outro estudo que mostrou o efeito da publicidade no consumo de álcool em adolescentes avaliou em tempo real a associação entre exposição a publicidade a bebidas alcoólicas e as atitudes sobre o álcool em contextos realistas²³. Este estudo mostrou que os adolescentes consideram o consumo de álcool por alguém da sua idade mais normativo e aceitável, após serem expostos a publicidade a bebidas alcoólicas, do que quando não expostos.

A *Loi Évin* francesa, de 1991, é um bom exemplo de legislação que restringe a publicidade de bebidas alcoólicas: não permite publicidade dirigida a jovens, proíbe a publicidade na televisão ou cinemas, e proíbe o patrocínio de eventos culturais e desportivos, apenas permitindo a publicidade na imprensa para adultos, em cartazes, na rádio ou em eventos vinícolas²⁴. Contudo, esta lei foi colocada em causa pela Comissão Europeia, tendo o Tribunal Europeu decidido que a lei se justificava por ser uma medida importante de saúde pública¹⁴. Esta é uma questão importante que precisa de ser acautelada aquando da adoção de políticas

que restrinjam a publicidade a bebidas alcoólicas.

Um dos espaços mais importantes para a publicidade são os *média online* (redes sociais, *sites* de vídeos, *sites* de jogos, *blogs*, entre outros), que são utilizados preferencialmente por crianças e adolescentes. Para além da publicidade direta a bebidas alcoólicas, pode haver publicidade indireta quer no patrocínio de determinados conteúdos, como referências a álcool em conteúdos não diretamente relacionados. Um estudo analisou os 40 vídeos de música mais vistos no *Youtube*, no Reino Unido, durante um período de 12 semanas (2013/2014), tendo encontrado conteúdos relacionados com álcool em 45% e *branding* em 7%²⁵. Adicionalmente, foi realizado um inquérito a 2068 adolescentes que tinham visualizado os vídeos, tendo os autores concluído que pelo menos um dos vídeos mais populares que continham imagens relacionadas com álcool tinha sido visto por 81% dos adolescentes²⁵.

Contudo, a exposição aos *média online* e o seu controlo são difíceis. Serão necessárias políticas a nível internacional, promovidas, por exemplo, pela União Europeia ou pela Organização Mundial de Saúde, para restringir a presença de conteúdos relacionados com álcool nos *média online*.

A Negociação com os Produtores de Álcool

Por último, iremos abordar um dos tópicos mais cruciais. A negociação com os produtores de álcool é fundamental para que políticas para o controlo do consumo de álcool em adolescentes tenham sucesso. A influência e poder político dos produtores de álcool não devem ser negligenciados. Ao contrário do

tabaco, as multinacionais do álcool têm tido uma presença forte na arena política mundial, incluindo patrocínio de eventos intergovernamentais, financiamento de iniciativas de educação para a saúde, investigação e publicações, assim como patrocínio de eventos desportivos e culturais²⁶. A ideia errónea de que os indivíduos que bebem moderadamente não estão expostos à nocividade do álcool, tem levado a um enfoque apenas no consumo abusivo e dependência do álcool, deixando a descoberto a efetiva regulação do mercado do álcool²⁶.

No Reino Unido, a indústria do álcool tem sido bem sucedida em influenciar as tentativas de regulação do consumo de álcool, através da criação de instituições de caridade e fundações, e do financiamento de fundações não ligadas diretamente à indústria, mas que por sua vez influenciam as decisões do governo²⁷. Um exemplo da influência da indústria do álcool no processo de criação de políticas para o álcool foi a decisão do governo britânico de não implementar o preço mínimo por unidade de álcool, abaixo do qual é proibida a venda²⁷. Outro exemplo do poder da indústria do álcool foi o recuo do governo brasileiro na proibição do patrocínio de eventos desportivos previamente à realização do Campeonato Mundial de Futebol de 2014²⁷. E esta realidade não é exclusiva do Reino Unido. Em Portugal, apesar de toda a evidência disponível, em 2013 foi proibida a venda a menores de 18 anos de qualquer bebida alcoólica, com a exceção da cerveja e do vinho, tornando esta medida ineficaz, contribuindo para a noção errónea de álcool bom e álcool mau. Apenas dois anos depois, a proibição passou a abranger qualquer tipo de álcool.

Claramente, uma atitude colaborativa com a indústria do álcool no desenhar de políticas para o controlo do consumo e da nocividade do álcool levará à adoção de políticas que ficam aquém daquilo que poderia ser implementado¹⁴. Contudo, para a efetiva adoção de políticas para o álcool e tendo em conta o peso económico da indústria do álcool deve haver espaço para negociação com os produtores de álcool, nomeadamente em medidas que minorem o impacto na atividade e rentabilidade destas empresas, mas com o limite claramente estabelecido que não haverá negociação das políticas para a redução do consumo de álcool. No caso português esta negociação é crucial, em particular com o sector do vinho. Em Portugal, o vinho é responsável por 52% do volume de negócios da totalidade da indústria das bebidas, sendo que 61% do volume de negócios do vinho corresponde ao sector exportador²⁸. A cerveja corresponde a 25% do volume de negócios e os refrigerantes e águas 23%. Quando olhamos para o número de pessoas ao serviço no sector, o vinho representa a maior fatia, com 64%. Quanto à dimensão das empresas, 75% são microempresas, 24% pequenas e médias empresas (PME) e 1% grandes empresas²⁸. O volume de negócios conjunto das PME e microempresas corresponde a 49% do total da indústria das bebidas, empregando 66% do número de trabalhadores do sector²⁸. Desta maneira, seria necessária a criação de um pacote de medidas para estimular o crescimento do volume de negócios e rentabilidade dos produtores de álcool, que contemplaria incentivos fiscais à exportação; incentivos fiscais às microempresas e PME; redução dos custos com fornecimento externo e serviços (corres-

pondente a 30% dos custos do sector), através da redução do imposto sobre a eletricidade e combustíveis; e disponibilização de linhas de crédito para microempresas e PME. Simultaneamente, devido à relativa inelasticidade da procura de álcool em relação ao preço, em que a subida do preço não corresponde a um decréscimo igual no consumo, o aumento do preço do álcool (através do aumento do imposto sobre as bebidas alcoólicas) levaria à desejada diminuição do consumo de álcool, e ao mesmo tempo a um aumento da coleta de imposto, que atenuaria o impacto nas finanças estatais do pacote de medidas acima descrito²⁹.

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O consumo de álcool é um dos fatores de risco mais importantes para a carga global de doença. Quanto mais precoce o início do consumo, maior é a probabilidade de desenvolver consumo abusivo e dependência no futuro, sendo também maior a probabilidade do escalar dos consumos para substâncias de maior potencial aditivo e nocividade. Adicionalmente, os efeitos neurotóxicos resultantes do consumo de álcool na adolescência têm consequências não só de saúde, mas também no funcionamento social e académico dos indivíduos.

É, de facto, urgente a adoção de medidas públicas para a redução do consumo de álcool em adolescentes. Existe já evidência da efetividade de um conjunto de medidas para a redução do consumo de álcool, como intervenções de base comunitária, programas de educação para saúde em escolas, programas de educação parental, políticas de restrição da disponibilidade (idade mínima de compra, regulação da densidade de postos de venda), proibição de

marketing a bebidas alcoólicas (em especial, dirigido a jovens), e políticas de preço (preço mínimo, aumento dos impostos sobre bebidas alcoólicas, restrição de promoções e descontos).

Contudo, a percepção de nocividade do álcool e da normatividade do consumo na adolescência, assim como o poder e influência dos produtores de álcool na sociedade são barreiras importantes à adoção destas medidas. Por isso, elencamos várias medidas para que a adoção de políticas públicas seja efetiva, nomeadamente o envolvimento dos jovens, famílias e comunidades no combate ao consumo de álcool em adolescentes; sensibilizar a opinião pública para esta temática, tornando a redução do consumo de álcool em jovens um desígnio nacional; promover a atividade de ONGs que advoguem a redução do consumo de álcool pelos jovens; financiar a fiscalização da venda de álcool a menores de 18 anos através da consignação de uma percentagem do imposto sobre o álcool; associar as empresas de distribuição a estas políticas, promovendo a sua imagem pública e responsabilidade social; e acautelar a pressão de tratados comerciais e organismos supranacionais contra estas políticas. É também enfatizada a necessidade de não envolver os produtores de álcool na discussão de políticas públicas para a redução do consumo de álcool em adolescentes. Contudo, o papel que as empresas de bebidas têm na economia nacional, assim como o seu poder e influência política levam à necessidade da negociação de um pacote de medidas que suavizem o impacto negativo destas políticas na atividade e rendibilidade do sector.

Por último, é necessária a existência de um consenso amplo a nível nacional e internacional, com ações conjuntas e concertadas, para que estas medidas persistam e se possam colher os seus frutos.

Conflitos de Interesse / *Conflicting Interests:*

Os autores declaram não ter nenhum conflito de interesses relativamente ao presente artigo.

The authors have declared no competing interests exist.

Fontes de Financiamento / *Funding:*

Não existiram fontes externas de financiamento para a realização deste artigo.

The authors have declared no external funding was received for this study.

BIBLIOGRAFIA / *REFERENCES*

1. GBD 2016 Alcohol Collaborators. Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. The Lancet [Internet]. 2018 Aug 23;0(0). Available from: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(18\)31310-2/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(18)31310-2/abstract).
2. Squeglia LM, Gray KM. Alcohol and Drug Use and the Developing Brain. *Curr Psychiatry Rep*. 2016 May 1;18(5):46.
3. Richter L, Pugh BS, Peters EA, Vaughan RD, Foster SE. Underage drinking: prevalence and correlates of risky drinking measures among youth aged 12-20. *Am J Drug Alcohol Abuse*. 2016;42(4):385–94.
4. Kandel D, Kandel E. The Gateway Hypothesis of substance abuse: developmental, biological and societal perspectives. *Acta Paediatr Oslo Nor* 1992. 2015 Feb;104(2):130–7.

5. Kraus L, Nociar A. ESPAD Report 2015: results from the European school survey project on alcohol and other drugs. Luxembourg: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction; 2016.
6. Paschall MJ, Grube JW, Kypri K. Alcohol control policies and alcohol consumption by youth: a multi-national study. *Addiction*. 2009 Nov 1;104(11):1849–55.
7. Arnarsson A, Kristofersson GK, Bjarnason T. Adolescent alcohol and cannabis use in Iceland 1995–2015. *Drug Alcohol Rev*. 2018;37(S1):S49–57.
8. Sigfúsdóttir ID, Thorlindsson T, Kristjánsson ÁL, Roe KM, Allegrante JP. Substance use prevention for adolescents: the Icelandic Model. *Health Promot Int*. 2009 Mar 1;24(1):16–25.
9. Lamont AE, Woodlief D, Malone PS. Predicting high-risk versus higher-risk substance use during late adolescence from early adolescent risk factors using Latent Class Analysis. *Addict Res Theory*. 2014;22(1):78–89.
10. Tomczyk S, Hanewinkel R, Isensee B. Multiple substance use patterns in adolescents—A multilevel latent class analysis. *Drug Alcohol Depend*. 2015 Oct 1;155(Supplement C):208–14.
11. Picoito J, Santos C, Loureiro I, Aguiar P, Nunes C. Gender-specific substance use patterns and associations with individual, family, peer, and school factors in 15-year-old Portuguese adolescents: a latent class regression analysis. *Child Adolesc Psychiatry Ment Health*. 2019 May 10;13(1):21.
12. Maggs JL, Staff J, Patrick ME, Wray-Lake L, Schulenberg JE. Alcohol Use at the Cusp of Adolescence: A Prospective National Birth Cohort Study of Prevalence and Risk Factors. *J Adolesc Health*. 2015 Jun 1;56(6):639–45.
13. Faria N. ASAE só apanhou 198 menores a beber álcool num ano e meio. PÚBLICO [Internet]. 2016 Available from: <https://www.publico.pt/2016/12/02/sociedade/noticia/asae-apanhou-apanas-198-menores-a-beber-alcool-ano-e-meio-depois-da-lei-que-proibe-o-seu-consumo-1753245>.
14. Casswell S, Thamarangsi T. Reducing harm from alcohol: call to action. *The Lancet*. 2009 Jun 27;373(9682):2247–57.
15. Anderson P, Chisholm D, Fuhr DC. Effectiveness and cost-effectiveness of policies and programmes to reduce the harm caused by alcohol. *The Lancet*. 2009 Jun 27;373(9682):2234–46.
16. Pettigrew S, Biagioni N, Jones SC, Daube M, Kirby G, Stafford J, et al. Sales promotion strategies and youth drinking in Australia. *Soc Sci Med*. 2015 Sep 1;141:115–22.
17. Wardle JL, Chang S. Cross-promotional alcohol discounting in Australia's grocery sector: a barrier to initiatives to curb excessive alcohol consumption? *Aust N Z J Public Health*. 2015 Apr 1;39(2):124–8.
18. Nakamura R, Suhrcke M, Pechey R, Morciano M, Roland M, Marteau TM. Impact on alcohol purchasing of a ban on multi-buy promotions: a quasi-experimental evaluation comparing Scotland with England and Wales. *Addiction*. 2014 Apr 1;109(4):558–67.
19. Lapierre MA, Fleming-Milici F, Rozendaal E, McAlister AR, Castonguay J. The Effect of Advertising on Children and Adolescents. *Pediatrics*. 2017 Nov 1;140(Supplement 2):S152–6.
20. Boyland EJ, Whalen R. Food advertising to children and its effects on diet: review of recent prevalence and impact data. *Pediatr Diabetes*. 2015 Aug 1;16(5):331–7.

21. Bruijn A de, Tanghe J, Leeuw R de, Engels R, Anderson P, Beccaria F, et al. European longitudinal study on the relationship between adolescents' alcohol marketing exposure and alcohol use. *Addiction*. 2016 Oct 1;111(10):1774–83.
22. Scott S, Muirhead C, Shucksmith J, Tyrrell R, Kaner E. Does Industry-Driven Alcohol Marketing Influence Adolescent Drinking Behaviour? A Systematic Review. *Alcohol Alcohol*. 2017 Jan 1;52(1):84–94.
23. Martino SC, Kovalchik SA, Collins RL, Becker KM, Shadel WG, D'Amico EJ. Ecological Momentary Assessment of the Association Between Exposure to Alcohol Advertising and Early Adolescents' Beliefs About Alcohol. *J Adolesc Health*. 2016 Jan 1;58(1):85–91.
24. Rigaud A, Craplet M. The 'Loi Evin': a French exception. *The Globe*. 2004;1(2):33–6.
25. Cranwell J, Murray R, Lewis S, Leonardi-Bee J, Dockrell M, Britton J. Adolescents' exposure to tobacco and alcohol content in YouTube music videos. *Addiction*. 2015 Apr 1;110(4):703–11.
26. Casswell S. Vested interests in addiction research and policy. Why do we not see the corporate interests of the alcohol industry as clearly as we see those of the tobacco industry? *Addiction*. 2013 Apr 1;108(4):680–5.
27. Luty J. Alcohol policy and public health. *BJPsych Adv*. 2016 Nov;22(6):402–11.
28. Banco de Portugal. Análise das empresas da indústria das bebidas. Nota de Informação Estatística. Disponível em https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/documentosrelacionados/nie_estudo_27_2017.pdf; 2017.
29. Gallet CA. The demand for alcohol: a meta-analysis of elasticities. *Aust J Agric Resour Econ*. 2007 Jun 1;51(2):121–35.