

#DEZEMBRO 2015

sem excesso BOLETIM

ABRABE - Associação Brasileira de Bebidas

Por dentro da cabeça dos jovens

10



O Sem Excesso promove seu segundo estudo em redes sociais sobre o consumo de bebidas alcoólicas.

O QUE ESTÁ ROLANDO?

Chegamos à reta final do Prêmio para bares e restaurantes

8

ENTREVISTA

O hebiatra Mauricio Lima fala sobre o comportamento dos jovens no meio social

3

DIZEMPORAÍ

Os comentários dos internautas sobre o Sem Excesso

13



Foto: Arquivo ABRABE

@
PRE
SI
DEN
TE



Novembro é o mês de aniversário do Sem Excesso e, em 2015, temos a imensa satisfação de comemorar quatro anos no ar e nas ruas, conscientizando jovens e adultos sobre o consumo responsável de bebidas alcoólicas.

Foram muitas as conquistas neste curto espaço de tempo. Chegamos ao nosso quarto ano de vida com o Sem Excesso bem consolidado no mundo virtual. Estamos no Facebook, Youtube e na página semexcesso.com.br – que, todos os meses, recebe mais de 15 mil visitas, com o nosso conteúdo disponível tanto para computadores quanto para dispositivos móveis. Só no Facebook, são mais de 680 mil seguidores com os quais temos o prazer de compartilhar nosso trabalho diariamente.

No mundo real, construímos importantes parcerias, como a realização da Semana Nacional do Trânsito, com o Detran São Paulo, ou as ações durante o São João de Caruaru. Temos ainda a conclusão da primeira edição do Prêmio Sem Excesso, nossa mais nova iniciativa. Realizado com o apoio da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), o concurso surge para dar visibilidade às campanhas de educação promovidas pelos próprios bares e restaurantes, com seus clientes.

Neste boletim também falamos da segunda edição da pesquisa sobre o comportamento dos jovens nas redes sociais, realizada neste semestre. Em 2011, de maneira pioneira, produzimos o primeiro estudo, que serviu de norte para o lançamento do Sem Excesso. Quase cinco anos depois, repetimos a ideia, gerando uma nova base de dados que serve de termômetro para mostrar que estamos no caminho certo.

É inegável que cada um desses passos foi gratificante, mas sabemos que ainda há muito o que se fazer. É por isso que o planejamento para 2016 já está a todo vapor e que mais novidades vem por aí. Só para dar um “gostinho”, me despeço deixando um convite: no próximo ano, vemo-nos também no Twitter.

Boa leitura,

■ José Augusto Rodrigues da Silva, presidente da ABRABE

Adolescentes, bebidas alcoólicas e redes sociais: Combinação arriscada?

Conversamos com o médico hebiatra Maurício de Souza Lima para entender melhor os impactos do consumo de bebidas alcoólicas durante a adolescência e as maneiras para se ajudar os adolescentes a identificar e evitar comportamentos de risco em relação às bebidas.

TROCAN DO IDEIAS



Foto: Arquivo Pessoal Maurício Lima

Sem Excesso: *Por que adolescentes não devem consumir bebidas alcoólicas?*

Maurício de Souza Lima: Quanto mais cedo o adolescente bebe, mais chances ele tem de se tornar dependente. Por isso a lei brasileira estipula os 18 anos como idade mínima para a compra de bebidas alcoólicas. O organismo do menor de idade também não metaboliza a bebida alcoólica tão bem quanto o do adulto. Além dessas questões biológicas, há aquelas relacionadas à própria adolescência. O jovem tem um pensamento mágico e um sentimento de onipotência, além de uma falsa sensação de invulnerabilidade. Aquela ideia de que “posso beber toda essa garrafa, porque eu sou resistente à bebida”.

SE: *A combinação adolescentes, bebidas alcoólicas e redes sociais pode se tornar problemática?*

MSL: Sem dúvida nenhuma. Quando esses aspectos biológicos e psicológicos que acabei de citar se juntam com a rapidez da comunicação que há nos dias de hoje, pode haver problemas. Nesse momento de mudanças que é a adolescência, o jovem precisa se afirmar e muitas vezes ele vai buscar essa aceitação na popularidade, no número de likes e de seguidores que ele consegue. E as bebidas alcoólicas não deixam de participar desse contexto.

SE: *Na pesquisa realizada pela Abra-be, em 2015, houve menos relatos de consumo que em 2011. Esses números estão mais relacionados a uma mudança no discurso, em especial dentro das redes sociais, que a uma mudança de comportamento?*

MSL: Acredito que sim. Uma frase que tenho ouvido cada vez mais é “sem bebida alcoólica não tem graça” ou a queixa “ah, mãe, ah, pai, se não tiver bebida não vem ninguém na festa”. É comum nas HPs, como eles chamam, as house parties, os adolescentes chegam já com uma mochila nas costas escondendo uma garrafa de bebida alcoólica.

SE: *Quando os pais devem começar a falar do tema das bebidas alcoólicas com os filhos?*

MSL: Quando o jovem passa a não querer mais fazer aqueles programas com os pais, como ir à casa da tia ou

da avó no fim de semana ou então quando pede para ir ao shopping assistir um filme ou para ir com os amigos a alguma festa. Nesses eventos ele vai ter oportunidade de caminhar sozinho e, mesmo que elas sejam eventos próprios para adolescentes e não vendam bebida alcoólica, sempre terá alguém vendendo ou tomando algo na porta da balada.

SE: *São comuns hoje em dia as festas universitárias que se vendem sob a ideia do open bar. Esses eventos acabam reforçando a cultura do exagero? Essa ideia de que evento só é bom se a pessoa puder beber muito?*

MSL: Sem dúvida nenhuma. Reforça sim. Há, por exemplo, festas de formatura das escolas de Ensino Médio, nas quais geralmente se recebe uma

“Quanto mais cedo o adolescente bebe, mais chances ele tem de se tornar dependente. Por isso a lei brasileira estipula os 18 anos como idade mínima para a compra de bebidas alcoólicas.”

“É preciso conscientizar o jovem com mais de 18 anos de que não é correto usar de sua permissão para beber para levar um copo para os mais novos.”

pulseirinha que dá acesso ao bar a quem é maior de idade. É preciso conscientizar o jovem com mais de 18 anos de que não é correto usar de sua permissão para beber para levar um copo para os mais novos. Além disso há as viagens de formatura para Porto Seguro, Cancún... Os adolescentes passam uma semana em Porto Seguro onde o monitor explica que, assim que chegar, eles vão encontrar uma atração que se chama “Passarela do Álcool”.

SE: *Algo que chama a atenção é que o consumo de bebida alcoólica no Brasil por menores de 18 anos não é autorizado. Neste ano foi aprovada uma lei instaurando uma multa e prisão para quem vende bebida para menores de 18 anos. Entretanto, o consumo segue alto. Onde estamos falhando?*

MSL: Temos a legislação, mas não temos quem fiscalize. Se as pessoas

que vendessem bebida alcoólica para menores de 18 anos fossem realmente punidas, ia haver mais cuidado. Isso funciona nos EUA porque lá isso fecha o estabelecimento. Aqui no Brasil, infelizmente vemos jovens falsificando documentos para conseguir comprar bebidas alcoólicas.

SE: *Voltando à questão das redes sociais, justamente por elas terem essa entrada grande entre os jovens, você acha que elas poderiam ser usadas para educar e conscientizar os adolescentes?*

MSL: : Sim, claro. Por meio delas se pode explicar o funcionamento biológico, os impactos do consumo de bebidas alcoólicas durante a adolescência, discutir a popularidade das festas open bar. Se a gente conseguir pelo menos retardar um pouco a idade em que as pessoas comecem a beber, já vamos ter um benefício muito grande. fiscalizador do Estado e da educação

Confira tudo o que já aconteceu no Sem Excesso

RECAPITULANDO

Grandes momentos desde a criação da plataforma Sem Excesso.



2010

O Sem Excesso surge em 2010 com a campanha “Comemore com Sucesso, Sem Excesso”, para comemorar os 35 anos de atuação da ABRABE, sendo reconhecida com o 30o prêmio POP de Opinião Pública.

2011

De forma pioneira, foi lançado o portal Sem Excesso.com.br, site educativo de promoção do consumo responsável de bebidas alcoólicas.

2012

Ao longo de 2012, o alcance do Sem Excesso ganhou nova dimensão com a criação de canais nas redes sociais: página no Facebook, que já conta com mais de 693 mil fãs, e canal no Youtube, cujos vídeos já foram visualizados mais de 315 mil vezes. Além das parcerias, como com o Detran.SP.

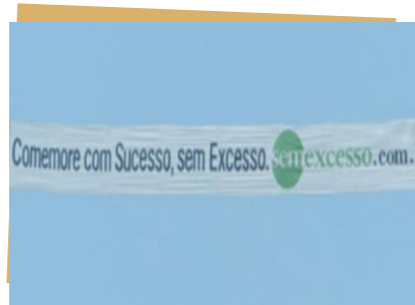


Foto: Arquivo MSLGROUP ANDREOLI

2013

A mensagem sobre o consumo moderado de bebida alcoólica foi levada aonde o público do Sem Excesso estava. No Carnaval, duas mil rádios veicularam a campanha, e para os foliões do Rio de Janeiro (RJ), a mensagem foi reforçada por faixas carregadas por aviões que sobrevoaram as praias da cidade. Já em São Paulo, em parceria com o Governo do Estado, participou do projeto piloto Operação Segura.

2013

Durante o São João, a campanha, que acontece desde 2011 e incentiva a população a não beber em excesso durante as festas populares, contou com spots em rádio e outdoors foram veiculados nas capitais Recife (PE) e João Pessoa (PB), e, no interior, nas cidades de Campina Grande e Caruaru.

Durante a Semana Nacional de Trânsito, promovida pelo Governo de São Paulo, um trabalho intenso nas redes sociais e nos bares da capital incentivou os consumidores a adotar atitudes corretas no trânsito, como não dirigir depois de beber, nem usar o celular ao volante. E, na Virada da Mobilidade, evento para a promoção de alternativas de locomoção sustentáveis, uma parceria com o site Caronetas incentivou o compartilhamento de carona para voltar para casa após o bar.

JUNHO'2014

No período festivo junino, a ABRABE realizou sua maior campanha no Nordeste. No São João de Caruaru (PE), um telão com a moldura do Sem Excesso exibiu fotos das pessoas que passaram pelo local com a hashtag #SemExcesso e levou a mensagem da moderação no consumo de bebidas alcoólicas. Mais de 172 mil pessoas foram impactadas pela fanpage. Confira tudo, clicando aqui.

DEZEMBRO'2014

Tem início o Verão Sem Excesso para incentivar que as pessoas curtissem esse período, que inclui festas de final de ano, férias e carnaval, com segurança e responsabilidade. O Sem Excesso levou a mensagem de consumo consciente para mais de 350 mil pessoas, por meio de parcerias com o Detran.SP, nos voos da Gol Linhas Aéreas e por meio da rádio Conectcar SP/Rio 90.7 FM. Nas redes sociais, contou com nova cara para fanpage e animações para o Youtube.



JUNHO'2015

O Sem Excesso viajou para Caruaru, capital da Festa Junina, e aterrissou no Pátio de Eventos Luiz Gonzaga para levar a mensagem do consumo consciente de bebida alcoólica para um público de aproximadamente de 2 milhões de pessoas. No stand do Sem Excesso, a presença de um “matuto” em um telão recepcionou e divertiu a todos que passaram pelo local, que registrou o momento com inúmeras fotografias, o que garantiu a interação dos forrozeiros e tornou o evento um sucesso. A festa também alcançou as redes sociais, o Youtube teve animação especial para a data e a fanpage ganhou novo layout.



Foto: Arquivo MSLGROUP ANDREOLI

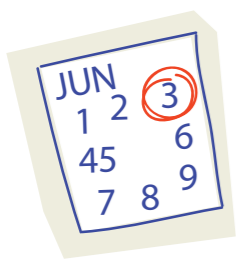
JANEIRO/ FEVEREIRO'2015

E seguimos com o verão Sem Excesso até o carnaval de 2015. Chegamos às praias do eixo Rio/São Paulo por meio dos boletins da Rádio Conectcar SP/Rio 90.7AM; falamos à quase 35 mil por meio dos comunicados de bordo da Gol Linhas aéreas, além dos banhistas da região, onde um avião percorreu 4.410 km de praia levando uma mensagem de consumo consciente. Para encerrar, em parceria com o Detran.SP, atores caracterizados percorreram bares da cidade de São Paulo para levar a mensagem de diversão e consumo inteligente de bebidas alcoólicas. A fanpage e o Youtube receberam conteúdo relacionados com as ações durante o período.

LI
NHA
DO
TEM
PO

BARES EXEMPLARES

O QUE ESTÃO ROLANDO



Prêmio Sem Excesso é criado para reconhecer iniciativas de conscientização realizadas por bares e restaurantes em todo o Brasil

Não há como negar que o consumo irresponsável de bebidas alcoólicas é ainda uma questão a ser contornada no Brasil. Dados do Ministério da Saúde mostram que um a cada quatro motoristas insiste em dirigir depois de beber, mesmo sabendo dos riscos e da existência da “lei seca”. No mesmo estudo, um percentual similar de adolescentes (22%) declarou já ter comprado bebida alcoólica por conta própria, apesar de ser proibida a venda dessas substâncias a menores de 18 anos. Esses fatos e números reforçam a importância das campanhas de conscientização sobre o consumo de bebidas alcoólicas e a necessidade

de que elas estejam em todo lugar, especialmente nos espaços onde as bebidas são, de fato, compradas e consumidas. Pensando nisso, a ABRABE, em parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), criou o Prêmio Sem Excesso, para reconhecer ações promovidas por bares e restaurantes de informação e educação ao consumidor, que chega em sua reta final.

Em sua primeira edição, o concurso conta com três categorias: restrição da venda a menores de 18 anos, consumo moderado e direção e bebida. “O envolvimento dos bares e restaurantes para difundir a cultura do consumo consciente é fundamental”, fala Pedro Hoffmann, membro do Conselho de Administração da Abrasel. “Temos que fazer nossa



parte e alertar sobre os riscos do consumo irresponsável”, considera Hoffman. A iniciativa faz parte da Plataforma Sem Excesso, projeto de conscientização sobre o consumo responsável de bebidas alcoólicas desenvolvido pela ABRABE desde 2010.

Bares de todo o Brasil mandaram seus projetos e aguardam agora pelo resultado, que será divulgado no dia 18 de dezembro. Além de ter a oportunidade de mostrar a sua boa iniciativa para o resto do país, os vencedores receberão um selo de empresa responsável, que poderá ser usado durante um ano. Quem quiser acompanhar as campanhas participantes, é só acessar o site premio.semexcesso.com.br.



POR DENTRO DA CABEÇA DOS JOVENS

Pela segunda vez, o Sem Excesso realizou um estudo extensivo sobre o comportamento de jovens brasileiros nas redes sociais quando o assunto são as bebidas alcoólicas

Em 2011, interessada em criar uma ação educativa com foco nos jovens, a ABRABE investigou as redes sociais para descobrir as dúvidas e as ideias mais comuns entre os adolescentes sobre o consumo de bebidas alcoólicas. À época, o que se percebeu foi um profundo interesse desse público pelo tema, mas a inexistência de um canal especializado onde eles pudessem sanar as suas questionamentos. Daí surgiu o Sem Excesso, formatado para ser uma fonte confiável de informação para os jovens. De lá pra cá, porém, muita coisa mudou. Em 2011, fóruns e blogs estavam a todo vapor e o Facebook nem de longe contava com a popularidade a qual possui nos dias de hoje. Pais e mães circulando pelas redes sociais eram raros e ninguém parecia ter a exata noção da repercussão gerada por cada post compartilhado no ambiente virtual. Diante deste novo cenário, surgiu a questão: Será que elas foram capazes de mudar o modo como os jovens conversam sobre as bebidas alcoólicas nas redes sociais?

Mais comedidos

Para entender melhor como a tecnologia impactou as interações entre os jovens nos últimos anos, a ABRABE decidiu refazer o estudo. Coletou 5.328 mensagens com menções às bebidas alcoólicas e dividiu-as em dois grandes eixos temáticos: o consumo em si e o impacto desse consumo. O primeiro grupo reuniu 62% do material, enquanto o segundo englobou os 38% restantes.

Essa proporção não foi muito diferente daquela da amostra de 2011, quando 33% das menções eram referentes a impacto e 67% a consumo. Entretanto, o conteúdo dessas mensagens mudou significativamente no período: o que se pôde perceber em 2015 é um jovem bem mais comedido. Demonstra estar preocupado com a legislação e, não raro, manifesta-se publicamente contra o consumo de bebidas alcoólicas por menores de 18 anos. Bem diferente do clima captado em 2011, quando eram comuns os relatos de bebedeiras em festas ou com os amigos.

RE
POR
TAGEM



O que aconteceu?

O consumo de bebidas entre adolescentes ainda é comum no país. Dados do Ministério da Saúde, registram que 60% dos adolescentes brasileiros já consumiram bebidas alcoólicas pelo menos uma vez. As alterações captadas pela pesquisa da ABRABE de 2011 e 2015 parecem ter muito mais relação com uma mudança tecnológica que com algo comportamental.

Uma das hipóteses propostas pela equipe responsável pela pesquisa é a de que, com a chegada dos aplicativos “fechados”, como Whatsapp e Snapchat, que permitem a troca privada de mensagens, os jovens começaram a dar preferência a esses canais. Hoje, o Facebook é visto como espaço de interação familiar, com a presença da família: pais, avós, primos, tios, o que fez com que os jovens partissem para redes mais privadas para manter conversas somente com amigos escolhidos.

Outro fator que pode ter influenciado o comportamento dos jovens nas redes sociais é a presença cada vez maior de adultos, especialmente no Facebook. Essa ideia é corroborada pelos relatos encontrados na pesquisa de 2015, que apresentam comentários sobre consumo de bebidas alcoólicas prioritariamente no Twitter, uma rede social ainda pouco habitada pelos pais brasileiros.

Escondidas nessas mensagens encontradas no Twitter com referência direta ao consumo de bebidas (menos volumosas, mas ainda presentes), estão as semelhanças entre o comportamento registrado em 2011 e o atual. A bebida ainda é uma forma de aceitação do grupo social, como uma espécie de rito de passagem para a vida adulta. O excesso e o consumo simultâneo de diferentes tipos de bebida alcoólica também continuam presentes nas mensagens dos jovens, mostrando que ainda há muito o que se fazer no sentido de difundirmos um consumo consciente.



Os internautas contam o que acham das reportagens publicadas no Portal Sem Excesso e como ser bem informado pode fazer a diferença.

“

“Muito bom mesmo”. - Paulo Cesar Tavares (CarUni, transporte alternativo e solidário para o universitário, 29/04/2013)

“Beleza, gostei das explicações, me foram muito úteis”. - José Mário Mourão Sclavo - (Mitos e verdades sobre a bebida alcoólica, 22/11/2011)

“Não ocorre só com jovens, mas pessoas de todas idades, eu vejo muito nos churrascos de família onde a bebida é liberada, onde os adolescentes se sentem motivados a beber e chegam a fazer isso nos cantos da própria casa, isso hoje começa na própria residência, infelizmente”. - Maria Helena Bernardes Cruz - (Influência com os amigos, 03/11/2011)

“Olá pessoal! Acabei de conhecer a iniciativa de vocês! Parabéns! Gostaríamos de saber como colaborar com a iniciativa. Se existe material ou programas/ações pré-estabelecidas que possamos aplicar ao nosso negócio.” - Mari Rodrigues - (Enviado via Inbox)

“Conheci o Sem Excesso tem pouco tempo, tenho acompanhado o conteúdo, muito bacana!” - Wagner Rosati - (Enviado via Inbox)

EX
PE
DI
EN
TE

Esta é uma publicação semestral da Associação Brasileira de Bebidas – ABRABE
| www.abrabe.org.br

Coordenação editorial, redação e diagramação: MSLGROUP Andreoli | www.andreolimsi.com.br

Projeto Gráfico: Ana Vizeu

DI
ZEM
POR
AÍ