

# FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO



Fórum Nacional Álcool e Saúde

TÍTULO DO CAMPO		AVALIAÇÃO
Data de submissão	Março 2017	
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	APDES – Agência Piaget para o Desenvolvimento	
TÍTULO DO COMPROMISSO	BeCool – Intervenção no Consumo Esporádico Excessivo esporádicos de Álcool em Contextos Festivos	
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	<p>Nos últimos anos houve uma multiplicação dos espaços de lazer noturno na cidade do Porto, começando apenas em algumas ruas da Baixa, e estando neste momento alargado a várias zonas desta parte nobre da cidade.</p> <p>Nos espaços recreativos do Porto, à semelhança da maioria do país, as substâncias mais consumidas são o tabaco e o álcool, muitas vezes associado a um consumo <i>binge</i>, especialmente entre os jovens. Por isso, pretendemos <u>reduzir os riscos associados ao <i>binge drinking</i>, promovendo uma alternativa de consumo mais consciente e moderado, através de intervenções de proximidade que criem momentos de reflexão dentro das rotinas e contextos de consumo de álcool dos jovens, através de mensagens realistas, otimistas e construtivas.</u> São objetivos específicos deste projeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Melhorar a gestão de prazeres e riscos associados ao consumo recreativo de álcool, junto dos frequentadores de contextos festivos;</li> <li>•Sensibilizar os frequentadores para o tema do <i>binge drinking</i> e promover junto deles consumos de álcool mais conscientes e moderados, através de intervenções de proximidade e materiais informativos com mensagens otimistas e construtivas;</li> <li>•Criar grupos de pares/voluntários para intervir em proximidade;</li> <li>•Aumentar os conhecimentos dos técnicos das áreas da Saúde, Social e Educação para as especificidades do <i>binge drinking</i> e estratégias de intervenção com os frequentadores de contextos festivos.</li> <li>•Aumentar os conhecimentos dos pais para as especificidades do <i>binge drinking</i>, desenvolvendo estratégias de como lidar com casos que ocorram no seio familiar;</li> <li>•Empoderar e promover a apropriação da campanha por parte dos atores-chave locais, envolvendo as redes pré-existentes no <i>design</i> e implementação das ações e devolvendo-lhes os principais processos e resultados do projeto.</li> <li>•Aumentar os conhecimentos da população em geral e comunidade científica sobre a intervenção no <i>binge drinking</i> e consumos de álcool em contextos de diversão noturna.</li> <li>•Disseminar a campanha, seus produtos e resultados <i>online</i> e <i>offline</i>, aumentando o alcance da intervenção a vários públicos.</li> </ul>	
<b>PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*</b>		
Último nome / Primeiro nome	Ferreira/Nicole	
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	Alameda Jean Piaget nº100 4411-801 Vila Nova de Gaia	
E-mail	nicole.ferreira@apdes.pt	
<b>INFORMAÇÃO RESPEITANTE AO CO-RESPONSÁVEL DO COMPROMISSO NO FÓRUM - assinalar com (X) as que não</b>		

forem membros do Fórum	
Nome da (s) Instituição (ões)	ACIBEV – Associação dos Comerciantes e Industriais de Bebidas Espirituosas e Vinhos
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*	
Data de início	Março de 2016
Data do final	Fevereiro de 2017
Atividades do compromisso  <i>(aumentar o número de linhas em função do número de atividades diferentes previstas)</i>	<p>Atividade 1 – Intervenção de Proximidade em Contextos Festivos Iremos intervir junto dos jovens nos espaços-tempo de lazer noturno, através de uma comunicação positiva e centrada nas consequências imediatas do consumo excessivo de álcool, com materiais e atividades de carácter lúdico, mensagens humorísticas e uma estética cool, que facilmente captem a sua atenção e permitam a criação de momentos para refletirem nos seus rituais e padrões de consumo e promovendo outros mais moderados.</p> <p>Atividade 2 – Produção de Material Informativo e de Divulgação da Campanha Criação de material específico para a campanha, que apoie quer a intervenção no terreno e a disseminação das informações, quer as dinâmicas online do projeto, tornando esta campanha conhecida em vários níveis e disseminando as informações sobre o binge drinking e consumo moderado.</p> <p>Atividade 3 – Educação de Pares A equipa vai recrutar e formar um grupo de pares/voluntários (10 elementos), que irão posteriormente apoiar as intervenções de proximidade a serem implementadas pela equipa e os fóruns consultivos</p> <p>Atividade 4 – Networking Iremos promover a formação de fóruns consultivos, convidando os atores chave locais a levantar as necessidades específicas, fazer sugestões e mobilizar recursos locais para apoiar o projeto. Prevê-se também a capacitação das redes e dos vários parceiros através de momentos de educação informal para enraizar os seus conhecimentos sobre <i>binge drinking</i> e muni-los com novas ferramentas, estratégias e metodologias de intervenção.</p> <p>Atividade 5 – Intervenção Online A intervenção será também transferida para os contextos online, criando-se uma página nas principais redes sociais e um website próprio. Estas serão plataformas essenciais para fornecer informação da campanha: divulgar locais onde vai decorrer, gerir e divulgar os concursos etc., e para intervir: disponibilizar informação sobre consumo responsável de álcool; intervenção de proximidade online pela equipa técnica, recolha de informação. Paralelamente vamos divulgar a campanha e as suas atividades nos sites mais populares entre os mais jovens.</p> <p>Atividade 6 – Ação de sensibilização a técnicos da área da saúde educação e social Numa perspetiva de intervenção indireta e complementar, pretende-se capacitar técnicos das áreas da saúde, educação e social e outros profissionais (p.e. polícia) a trabalhar com jovens ou na área dos comportamentos aditivos a intervir ao nível do binge drinking.</p>

	<p>Atividade 7 – Ação de informação aos pais De forma a complementar a intervenção, iremos, com esta atividade, munir os pais de ferramentas de compreensão do fenómeno <i>binge drinking</i> e de algumas estratégias sobre como lidar com casos que possam ocorrer com os seus filhos ou outros familiares jovens.</p>																										
	<p>Atividade 8 – Disseminação A disseminação é também uma atividade relevante e paralela a todo o projeto, que permite aumentar o alcance da intervenção e divulgar a estratégia interventiva e a campanha enquanto produto. Para além da dinamização das páginas da campanha (Facebook, e Twitter e Instagram), prevemos o contacto com os media de forma a publicar pelo menos dois artigos/reportagem sobre a campanha e a publicação de um artigo científico. As redes e parceiros locais serão também fundamentais para aumentar o alcance da estratégia de disseminação.</p>																										
	<p>Atividade 9 – Avaliação A avaliação será um processo contínuo e transversal a toda a campanha, que inclui a construção das ferramentas de registo e recolha de dados, a sua análise e triangulação e a escrita de relatórios técnicos e de um artigo científico. O processo de avaliação irá combinar a monitorização constante das atividades da campanha e a avaliação dos seus resultados e impactos.</p>																										
<p>Tipo de atividades do compromisso</p>	<table border="0"> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>1. Informação ao consumidor (Inf)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>2. Atividades no âmbito dos media (M)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>3. Sessões de Sensibilização (S)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>4. Programas de Intervenção Continuada (P)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>5. Formação (Form)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>6. Investigação/Produção Científica (Inv)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>7. Comunicação comercial (C)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>8. Aconselhamento (A)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>9. Tratamento (T)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>10. Fiscalização (F)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>11. Outros (O)</td></tr> </table>		<input checked="" type="checkbox"/>	1. Informação ao consumidor (Inf)	<input checked="" type="checkbox"/>	2. Atividades no âmbito dos media (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	3. Sessões de Sensibilização (S)	<input type="checkbox"/>	4. Programas de Intervenção Continuada (P)	<input checked="" type="checkbox"/>	5. Formação (Form)	<input checked="" type="checkbox"/>	6. Investigação/Produção Científica (Inv)	<input type="checkbox"/>	7. Comunicação comercial (C)	<input checked="" type="checkbox"/>	8. Aconselhamento (A)	<input type="checkbox"/>	9. Tratamento (T)	<input type="checkbox"/>	10. Fiscalização (F)	<input type="checkbox"/>	11. Outros (O)			
<input checked="" type="checkbox"/>	1. Informação ao consumidor (Inf)																										
<input checked="" type="checkbox"/>	2. Atividades no âmbito dos media (M)																										
<input checked="" type="checkbox"/>	3. Sessões de Sensibilização (S)																										
<input type="checkbox"/>	4. Programas de Intervenção Continuada (P)																										
<input checked="" type="checkbox"/>	5. Formação (Form)																										
<input checked="" type="checkbox"/>	6. Investigação/Produção Científica (Inv)																										
<input type="checkbox"/>	7. Comunicação comercial (C)																										
<input checked="" type="checkbox"/>	8. Aconselhamento (A)																										
<input type="checkbox"/>	9. Tratamento (T)																										
<input type="checkbox"/>	10. Fiscalização (F)																										
<input type="checkbox"/>	11. Outros (O)																										
<p>Grupo Alvo  (colocar uma cruz no grupo alvo e clarificar as ações que lhe são dirigidas colocando o número das mesmas à frente do grupo)</p>	<table border="1"> <tr><td>1. Sem Grupo Alvo definido</td><td>Atv. 8, 9</td></tr> <tr><td>2. Mulheres Gravidas</td><td>Atv.</td></tr> <tr><td>3. Crianças até aos 9 anos</td><td>Atv.</td></tr> <tr><td>4. Pré-adolescência e Adolescência</td><td>Atv.</td></tr> <tr><td>5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos x</td><td>Atv. 1, 2, 3, 5</td></tr> <tr><td>6. Adultos 25 e os 64</td><td>Atv.</td></tr> <tr><td>7. Adultos acima dos 65</td><td>Atv.</td></tr> <tr><td>8. Trabalhadores (contexto laboral)</td><td>Atv.</td></tr> <tr><td>9. Famílias X</td><td>Atv. 7</td></tr> <tr><td>10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas) X</td><td>Atv. 6, 4</td></tr> <tr><td>11. Pessoas com PLA</td><td>Atv.</td></tr> <tr><td>12. Outros. Quais? _____</td><td>Atv.</td></tr> </table>		1. Sem Grupo Alvo definido	Atv. 8, 9	2. Mulheres Gravidas	Atv.	3. Crianças até aos 9 anos	Atv.	4. Pré-adolescência e Adolescência	Atv.	5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos x	Atv. 1, 2, 3, 5	6. Adultos 25 e os 64	Atv.	7. Adultos acima dos 65	Atv.	8. Trabalhadores (contexto laboral)	Atv.	9. Famílias X	Atv. 7	10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas) X	Atv. 6, 4	11. Pessoas com PLA	Atv.	12. Outros. Quais? _____	Atv.	
1. Sem Grupo Alvo definido	Atv. 8, 9																										
2. Mulheres Gravidas	Atv.																										
3. Crianças até aos 9 anos	Atv.																										
4. Pré-adolescência e Adolescência	Atv.																										
5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos x	Atv. 1, 2, 3, 5																										
6. Adultos 25 e os 64	Atv.																										
7. Adultos acima dos 65	Atv.																										
8. Trabalhadores (contexto laboral)	Atv.																										
9. Famílias X	Atv. 7																										
10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas) X	Atv. 6, 4																										
11. Pessoas com PLA	Atv.																										
12. Outros. Quais? _____	Atv.																										
<p>Contexto de Intervenção</p>	<table border="0"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>1. Ambiental</td></tr> </table>		<input type="checkbox"/>	1. Ambiental																							
<input type="checkbox"/>	1. Ambiental																										

	<input type="checkbox"/> 2. Comercial <input checked="" type="checkbox"/> 3. Comunitário <input type="checkbox"/> 4. Desportivo <input checked="" type="checkbox"/> 5. Escolar <input checked="" type="checkbox"/> 6. Familiar <input type="checkbox"/> 7. Laboral <input checked="" type="checkbox"/> 8. Recreativo <input type="checkbox"/> 9. Rodoviário <input checked="" type="checkbox"/> 10. Saúde <input type="checkbox"/> 11. Universitário <input checked="" type="checkbox"/> 12. Virtual <input type="checkbox"/> 13. Outro. Qual _____	
Âmbito do compromisso *	Local	
<b>INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*</b>		
Objetivos *	Avaliar os processos e o impacto resultantes da implementação da campanha; Produzir conhecimento sobre binge drinking e metodologias de intervenção nesta área.	
Metas do Plano visadas *	8 - <b>Diminuir a prevalência</b> na população portuguesa do <b>padrão de consumo binge</b>	
<b>Indicadores de Input (recursos disponíveis para o compromisso) *</b>		
Número de interventores	1 coordenador, 1 técnico, 1 formador externo, 10 voluntários/educadores de pares	
Tempo	De Intervenção	<b>Março 2017 a Fevereiro 2018</b>
	Por ação	Atividade 1 – 9 meses de intervenções regulares no terreno Atividade 2 – 9 meses de disponibilização de materiais da campanha Atividade 3 – 2 meses de preparação e formação de voluntários, 9 meses de intervenções de pares regulares no terreno Atividade 4 – 4 momentos de reunião, que ocorrem de três em três meses Atividade 5 – 9 meses de intervenção online regular Atividade 6 – formação de 8h a técnicos Atividade 7 – Sessão de 2h a pais Atividade 8 – 10 meses de disseminação da campanha, seus resultados e impactos Atividade 9 – 11 meses de levantamento, análise e tratamento de dados para avaliação.
Custos	Custo total do projeto - 39 835,16 €	
Outros. Quais?		
<b>Indicadores de Output alcançados / esperados *</b>		

<p>Número de pessoas abrangidas</p>	<p>Devido às características do tipo de intervenção e ao facto de ser um projeto a iniciar agora, não é possível estimar estes valores para as ações com jovens frequentadores de contextos festivos (online e offline).</p> <p>10 voluntários</p> <p>Cerca de 12 atores chave locais</p> <p>20 profissionais das áreas de saúde, educação e social</p> <p>O nº de pais abrangidos dependerá do nº de inscrições na sessão</p>	<p>De que universo</p>	<p>NA</p>	
<p>Visitantes do website</p>	<p>10.000</p>			
<p>Número de produtos</p>	<p>1 concurso sobre consumo moderado</p> <p>2 brindes da campanha</p> <p>1 toolkit de formação para Educadores de Pares na área do binge drinking</p> <p>1 toolkit de formação a profissionais das áreas da saúde, educação e social na área do binge drinking</p> <p>1 toolkit de dinamização de sessão de esclarecimento a pais na área do binge drinking</p> <p>1 grupo de trabalho de stakeholders locais na área do binge drinking</p> <p>1 página de Facebook, 1 página de Instagram,</p> <p>1 relatório de avaliação final</p> <p>1 artigo científico publicado</p>			
<p>Número de desdobráveis</p>	<p>3 postal free/posters de intervenção no binge drinking</p>			
<p>Outros. Quais?</p>				
<p><b>Indicadores de resultado e de impacto *</b></p>				
<p>Curto / médio / longo prazo / outros</p>	<p>Nº de pessoas contactadas;</p> <p>Nº de materiais informativos disponibilizados;</p> <p>Nº de testes de alcoolémia administrados;</p> <p>Nº de momentos de sensibilização para o binge drinking/consumo moderado;</p> <p>Alteração de concepções ou comportamentos nos consumos de álcool ocorridas;</p> <p>Representações sobre a campanha, materiais utilizados e subsequente impacto nos seus comportamentos;</p> <p>Grau de satisfação com ações formativas;</p> <p>Nível de conhecimentos sobre bine drinking, modos de atuação e referenciação;</p>			

	Nº de parceiros presentes nas reuniões; Temas abordados; Grau de Satisfação e Empoderamento; Nº de mensagens publicadas online; Nº de visualizações, partilhas, Likes; Nº de websites que divulguem a campanha; Nº de contactos online estabelecidos com jovens; Nº de questões colocadas e respondidas no fórum online; Nº de notícias sobre o projeto e seus produtos;		
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar			
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	Parâmetros a avaliar no processo	Tipo de serviços prestados Satisfação Alcance/visibilidade da intervenção	
	Parâmetros a avaliar de resultados	Mudança de atitudes e comportamentos Empoderamento Alcance/visibilidade intervenção	
Métodos de Avaliação pré e pós intervenção	SIM <input checked="" type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>		
Existência de Grupo Controlo	SIM <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/>		
Outras estratégias de avaliação (quais?)	Investigação-ação		
Uso de avaliadores externos	NA		
Uso de avaliadores internos	Sim – Departamento de Investigação APDES		