

[REFLEXO – Opiniões de policiais e dos diretores do Hospital de Urgências e do Samu são semelhantes: a Lei Seca trouxe impacto positivo para a sociedade

Com Lei Seca, cai em 25% o atendimento de urgência



DIRETOR DO HUANA, Luiz Cláudio Rezende, considera redução significativa e aponta menos gastos para o governo

Fernanda Moraes

Os reflexos positivos da Lei Seca no trânsito já começam a aparecer em Anápolis. O diretor técnico do Hospital de Urgências de Anápolis (Huana), Luiz Cláudio Rezende Gonçalves, afirma que desde o início da vigência da nova legislação que não tolera consumo de álcool e direção, no dia 20 de junho deste ano, houve uma queda de 25% nos atendimentos de pacientes vítimas de acidentes automobilísticos. “É um número significativo para o primeiro mês”, comemora.

Luiz Cláudio revela que no mês anterior ao início da Lei Seca, o Huana registrou o atendimento a 378 pacientes acidentados. Posteriormente a implantação da nova lei, o hospital atendeu 280 casos de vítimas de acidentes de trânsito. De acordo com o diretor do Huana, em alguns hospitais do País a queda no atendimento foi de até 70%.

É importante destacar que os números citados são de atendimentos realizados com vítimas de acidentes no município de Anápolis. Luiz Cláudio explica que as vítimas que chegam ao hospital não são somente de acidentes de trânsito, mas também com armas de fogo. “O álcool também proporciona brigas que terminam em facadas, que é arma branca, e armas de fogo, esses pacientes também são encaminhados para o hospital”, ressalta.

Outra vantagem citada pelo diretor foi a diminuição dos acidentes com lesões mais sérias. Segundo Luiz Cláudio, o álcool no organismo tira completamente os reflexos das pessoas, sendo uma das causas dos acidentes mais graves. “Quando a pessoa está normal, ela tende a amenizar os impactos, ela tem mecanismos de defesa que ajuda na gravidade final de um acidente”, pondera.

O diretor do Huana informa que o Huana sempre tra-

balhou com uma taxa de ocupação de 100%. A expectativa de Luiz Cláudio que é em longo prazo, com a diminuição dos acidentes, venha a diminuir também os gastos com remédios para os pacientes, por exemplo. “Tem casos que o paciente fica internado até 80 dias no hospital”, conta. Ainda no quesito atendimento, Luiz Cláudio diz que a fila de espera em corredores para atendimento clínico também passa a ser menor.

O diretor também fez outra creditação em diminuição de custos para o governo em outra área, com a implantação da Lei Seca. Segundo ele, a economia do hospital não vai representar diferença nos gastos do Estado com a saúde. O diretor do Huana destaca que os pacientes que precisam se aposentar por invalidez também vão ser menores. “Sempre temos casos de pessoas que se aposentam com 30 anos de idade, outras ficam ‘encostadas’ até a recuperação final”, exemplifica.

“O motorista passou a ter comportamento melhor”

As estatísticas de atendimento do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu) de Anápolis também sofreram queda de 37% em relação ao ano passado. Do dia 1º de junho até o dia 10, o serviço de socorro foi acionado 135 vezes para atender acidentes de trânsito. Depois da implantação da lei seca, durante os primeiros dias de julho de 2008, o Samu atendeu 85 chamadas relacionadas a acidentes de trânsito.

Para o médico Olegário Vidal, diretor do Samu, não existem mudanças de comportamento dos motoristas passados a ter um melhor comportamento no trânsito, evitando beber e dirigir e com isso evitando acidentes. “Se no pós-lei já temos essa grande diferença, é porque os acidentes estavam relacionados a ingestão de álcool”, comenta Vidal.

O diretor do serviço de urgências também relaciona a queda de atendimentos de lesões graves na cidade. Olegário Vidal compartilha da opinião do diretor do Huana, e explica que as vítimas lúcidas conseguem diminuir os impactos ou se protegerem de alguma forma evitando assim ferimentos mais sérios.

AUTUAÇÕES

A nova lei, que, tornou ilegal dirigir com concentração a partir de dois decigramas de álcool por litro de sangue também trouxe resultados positivos nas rodovias que passam por Anápolis. A punição para quem descumprir a lei prevê suspensão da carteira de habilitação por um ano, além de multa de R\$ 955 e retenção do veículo.

Em Anápolis desde a implantação da Lei Seca até o dia 20 de julho foram registrados na Polícia Rodoviária Federal 19 autuações, 10 prisões e quatro acidentes. A fiscalização nas rodovias, de acordo com o Chefe da 2ª Delegacia de Polícia Rodoviária de Anápolis, Inspetor Júlio Sézar, também é feita com mais rigor. No mesmo período de 2007 a PRF contabilizou 10 autuações, 5 prisões e 3 acidentes. “Nesse período nós centralizamos mais a fiscalização”, disse Júlio Sézar.

O inspetor da PRF acredita que os motoristas passaram a ter mais receio de dirigir depois de ingerir bebidas alcoólicas com a fiscalização mais ostensiva da polícia. Além disso, as penalidades mais severas se tornaram mecanismo de prevenção

de direção perigosa. “Quem vai arriscar beber, dirigir, e perder a carteira, pagar fiança e nos casos de morte, ir para cadeia?”, questionou.

Um dos principais diferenciais citados por Júlio Sézar depois da validação da Lei Seca, foi queda nos acidentes com vítimas que apresentaram lesões graves. O inspetor falou que ainda continua acontecendo muitos acidentes, mas com lesões leves ou danos materiais. “Esse é, sem dúvida alguma, um dos fatores positivos da nova lei”.



OLEGÁRIO Vidal afirma que maioria das lesões agora são menos graves

No Brasil, bebidas sem álcool ganham espaço

Empresas de alimentação enxergam na implantação da Lei Seca uma expectativa para ampliar a vendas de seus produtos. Bons exemplos são a Torrefadora de grãos gourmet e especiais Café do Centro e a rede de franquias Rei do Mate. A nova legislação - que já apresenta redução nos números de acidentes por volta de 24% desde que está vigente - deve impulsionar principalmente o mercado de cafés, que é a segunda bebida mais consumida depois da água. A lógica é que a estrela do happy hour seja agora um bom cafezinho ou uma bebida à base do grão e não mais a cerveja.

Além do café, nas unidades Rei do Mate, por exemplo, o consumidor poderá encontrar outras opções para substituir as opções alcoólicas, como as mais de 50 opções de chás que podem ser batidos com leite ou com frutas das mais

variadas. Segundo a diretoria de marketing da rede, no inverno o happy hour poderá ser comemorado com as opções de bebidas quentes - aliás existem lançamentos como Iceberg, mistura de mate com chocolate quente e uma bola de sorvete Häagen-Dazs entre outros nas lojas - e no verão as opções mais refrescantes como mate com abacaxi ou mate com maracujá e leite condensado são boas pedidas.

Já o Café do Centro - como fornecedor de importantes cafeterias - aposta no aumento da carteira de clientes. A queda no consumo de bebida alcoólica deverá ser somada ao crescente interesse por um café de mais qualidade e requinte. O expresso, que já vem ganhando terreno há um bom tempo, poderá se consolidar com uma opção certa em momentos de confraternização, entretimentos sociais, etc.

“Com a nova lei, deve haver uma reestruturação por parte dos estabelecimentos para atrair novos clientes. Cafés mais sofisticados e drinks à base da bebida serão pontos importantes para conquistar os consumidores. A mudança de hábito por parte da população refletirá diretamente na mudança de consumo de bebidas não alcoólicas”, comenta Rafael Branco Peres, diretor do Café do Centro.

SEGUROS

A redução no número de acidentes deve ter um efeito representativo na estrutura de custos das seguradoras de automóveis. Somente entre os veículos, as colisões são a segunda maior fonte de despesas dessas empresas. O mercado é liderado pela Porto Seguro (participação de 20% em 2007), seguida por SulAmérica (15%), Bradesco (13%) e Itaú (7%).

O QUE

UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA?

a. é uma empresa que planeja, cria e desenvolve a comunicação de uma marca, serviço ou produto.

b. essa comunicação é estabelecida com o público - alvo do segmento de mercado que os clientes da agência atuam.

c. a mensagem elaborada é comunicada ao público através dos meios de comunicação e mídias*.

* TV RÁDIO BUS DOOR
OUTDOORS
SITE
REVISTA
PANFLETO
FOLDER
CARTAZ
IMPRESA
FRONT/BACKLIGHT
TWEEED
ANÚNCIOS PARA JORNAL

... em síntese:

«AS MELHORES IDÉIAS PARA VOCÊ FAZER A DIFERENÇA»

PARA MAIS INFORMAÇÕES:

Maquinária
Publicidade e Propaganda

(62) 3314-0102

PV. JRE240 - ANÁPOLIS - GO - CEP. 75114-000
WWW.MAQUINARIAWEB.COM.BR