CAPÍTULO 18

DESENVOLVIMENTO DE MODELOS TEÓRICOS E PROPOSTAS DE AVALIAÇÃO PARA OS MOTIVOS PARA BEBER

João Victor Martins de Miranda¹, André Sousa Rocha², Kelly Karoline Amorim Mafra³, Maiara Lopes Camilo⁴, Thais Lima Farah⁵, Gabriela de Oliveira Borges⁶

¹ Universidade São Francisco, (jmaritins@gmail.com)

² Universidade São Francisco, (andresousarocha9@gmail.com)

³ Universidade São Francisco, (kelly_k_mafra@hotmail.com)

⁴ Universidade São Francisco, (maiaralopescamilo@gmail.com)

⁵ Universidade José do Rosário Vellano, (thais_farah@hotmail.com)

⁶ Universidade José do Rosário Vellano, (gborgespsico@gmail.com)

Resumo

OBJETIVO: Discutir, a partir da literatura, os modelos e propostas de avaliação existentes dos motivos para beber. **MÉTODO:** Trata-se de um estudo de revisão integrativa, qualitativo, motivado pela problematização: “Quais são os modelos e propostas de avaliação para os motivos para beber?” Utilizou-se os descritores, provenientes do Descritores em Ciências da Saúde (DeCS), “Motivos”, “Motivação”, “Uso de álcool”, “Beber”, dentre outros, e operadores booleanos AND e OR para unificar termos e retornar o maior número de pesquisas sobre a temática em estudo. As buscas ocorreram no repositório da CAPES, na biblioteca SciELO e no Google Acadêmico, de agosto a novembro de 2021. Os critérios de inclusão adotados foram a proximidade da publicação com a temática proposta, a relevância das informações às discussões realizadas, o veículo onde a publicação foi apresentada (periódicos, capítulos de livro), a originalidade do escrito e literatura nos idiomas inglês, português e espanhol. Enquanto isso, foram desconsiderados escritos com informações repetidas e pouco relevantes em relação ao assunto tratado. Não houve nenhuma restrição temporal. Foram identificados e categorizados 40 escritos nas bases de dados anteriormente citadas. Destes, 19 mostraram-se mais adequados para o tipo de discussão proposta neste estudo e 21 foram excluídos. **RESULTADOS:** Encontrou-se propostas que consideram os motivos para beber como um fator unitário e outros que consideram-nos como um conjunto de fatores autônomos e singulares, o que reitera a complexidade desse assunto. Entretanto, mesmo que haja divergências entre os autores, as conceituações que apresentam mostram-se bastante consistentes e convergem em pontos semelhantes de proposta para proposta, o que demonstra a validade das dimensões e fatores enunciados até então, ao menos a nível conceitual. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** Apesar de existirem diferenças metodológicas e conceituais quanto os motivos para beber, evidências empíricas e teóricas demonstram a validade deste construto; e diversos estudos apontam a aplicabilidade dos instrumentos e propostas de avaliação para variados contextos investigativos.

Palavras-chave: Motivação; Uso de álcool; Instrumentos de avaliação.

Área Temática: Temas transversais - outros.

E-mail do autor principal: jmaritins@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Na literatura específica dos motivos para beber, existe uma certa dificuldade para a delimitação das quantidades exatas de fatores motivadores do consumo de álcool. Há autores que consideram um único fator como responsável por este tipo de motivação, composto por uma série de desdobramentos que se conjugam em uma mesma realidade. Entretanto, há aqueles que acreditam que este fenômeno é multideterminado por vários tipos de contingências, delimitando de dois a seis fatores como a melhor configuração existente para explicar este tipo de motivação (COOPER *et al.*, 2015;).

Embora diferentes estudiosos apresentem propostas teóricas opostas, muitas delas contém vários pontos convergentes no que diz respeito às suas formas de conceituação. Por exemplo, há autores que consideram o motivo de enfrentamento como exclusivo para situações de ansiedade ou redução de tensões. Outros deles, porém, sugerem que esse motivo é bem mais abrangente, atuando em diversos tipos de situação além das anteriormente citadas (VOTAW; WITKIEWITZ, 2021; GRANT *et al.*, 2007; CRONIN, 1997).

Vários são os motivos que levam uma pessoa a beber, por exemplo, fatores biológicos, químicos e motivacionais. Dentre esses fatores, a motivação se mostra como um interessante objeto de estudo, visto que abarca uma série de contingências que se constituem tanto em aspectos internos quanto em aspectos externos ao próprio sujeito consumidor de álcool. Neste cenário, Cox e Klinger (1988) apresentaram uma sólida contribuição que levou ao entendimento do porquê e de como ocorre o processo motivacional do consumo de substâncias psicoativas (COOPER, 1994).

De acordo com os autores, os sujeitos tendem a sempre procurar maneiras de tirar proveito das situações em que estão inseridos, buscando àqueles desfechos e soluções que se mostram mais reforçadores. No caso do uso de substâncias psicoativas, essas recompensas são antecipadas, ou seja, a pessoa não espera que um evento aconteça para que imagine o que poderá conseguir, em termos de satisfação, com ele. Por exemplo, quando uma pessoa tímida vai a um ambiente social, com muitas pessoas, antecipa o fracasso na socialização com os que ali estão. Deste modo, o álcool é utilizado para garantir o seu sucesso, imaginando que com ele conseguirá socializar-se de forma mais facilitada (COX; KLINGER, 1990)

Outra questão importante apontada pelos pesquisadores é que não é possível avaliar o modo como uma pessoa se relaciona com o uso de bebidas alcoólicas sem que se analise o contexto em que ela está inserida e outros fatores individuais relativos à sua subjetividade e percurso de vida (e.g. expectativas, personalidade, histórico de vivências). Assim, embora a decisão de consumir álcool seja totalmente consciente, e mesmo racional, é também acompanhada de grande carga emocional, afetiva e de influências indiretas da cultura e da sociedade (COX; KLINGER, 2004).

Diante do crescente aumento do uso de álcool em todo o mundo, como aponta a Organização Mundial da Saúde, vê-se a grande necessidade de investigar não somente o consumo, mas as variáveis que se relacionam a ele. Nesse sentido, a motivação é um importante fator para o início e a manutenção desta ação e merece ser abordada de forma mais intensa nas investigações relacionadas ao uso de substâncias psicoativas. Frente ao exposto, objetiva-se investigar quais são os modelos e propostas de avaliação existentes para os motivos para beber visto o impacto que o consumo de álcool apresenta na vida de muitas pessoas ao redor do mundo (WHO, 2018).

2 MÉTODO

Este estudo trata-se de uma revisão integrativa de literatura (RIL), de abordagem metodológica qualitativa. Neste delineamento é possível sintetizar uma série de informações e conhecimentos adquiridos por meio de leituras e levantamentos bibliográficos. Para isso, recomenda-se seguir seis passos: 1) definir o objeto de estudo e elaborar uma pergunta norteadora, 2) definir critérios de inclusão/exclusão, 3) buscar na literatura conteúdos pertinentes à proposta, 4) coletar dados e organizar informações, 5) refletir, avaliar e analisar criticamente o material coletado e 6) discutir os resultados para apresentar conclusões (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010).

De agosto a novembro de 2021 foram pesquisados em plataformas e bibliotecas digitais, como o Portal CAPES, na biblioteca *Scientific Electronic Library On-line* (SciELO) e no repositório do Google Acadêmico, conteúdos e informações que pudessem atender ao objetivo de responder à pergunta norteadora: “Quais são os modelos e propostas de avaliação para os motivos para beber?”. Para isto, foram delimitados alguns descritores, tais como “Motivação”, “Motivos”, “Uso de álcool”, “Álcool”, selecionados a partir dos descritores controlados presentes nos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS). Utilizou-se também os operadores booleanos *AND* e *OR* para unificar os termos e retornar o maior número de pesquisas sobre a

temática em estudo.

Os critérios de inclusão adotados foram a proximidade da publicação com a temática proposta, a relevância das informações para a realização das discussões, o veículo onde a publicação foi apresentada (periódicos, capítulos de livro), a originalidade do escrito e literatura em idiomas inglês, português e espanhol. Enquanto isso, foram desconsiderados os escritos com informações repetidas e pouco relevantes em relação ao assunto tratado nesse estudo. Não houve restrição temporal.

Foram identificados e categorizados, em planilhas do *Excel*, 40 escritos das bases de dados anteriormente citadas. Destes, 21 publicações foram desconsideradas a partir do olhar para os critérios de inclusão e exclusão. Logo, 19 produções mostraram-se mais adequadas para o tipo de discussão proposta por este estudo, visto os critérios estabelecidos inicialmente. Um dos principais motivos para a exclusão dos artigos, capítulos e outros tipos de texto que não foram considerados neste trabalho foi a repetição de assuntos já tratados em outras pesquisas que se encontravam em veículos de divulgação mais conceituados na área temática.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na triagem dos modelos e propostas teóricas dos motivos para beber foram encontrados uma série de proposições e arranjos de fatores explicativos do fenômeno em questão. Foram selecionados então 13 artigos e 6 livros que continham conteúdos relevantes à temática proposta, em um recorte temporal que vai da década de 60 até os anos 2018. A maior parte dos escritos são datados da década de 90, quando houve o fortalecimento do modelo de quatro fatores, que se mostrou um dos mais aceitos até a atualidade.

Em maioria, os estudos encontrados apresentam caráter psicossocial e são internacionais. Além disso, contém estudos psicométricos da variável investigada. Por fim, foram também selecionadas algumas publicações mais recentes com objetivo de demonstrar e exemplificar a aplicabilidade destes modelos e propostas mesmo na atualidade e em diversos contextos investigativos. Estes resultados são apresentados e discutidos nos tópicos abaixo.

Foram observadas várias configurações e modelos de propostas para a explicação e operacionalização dos motivos para beber, contendo de um a seis fatores teóricos, como será discutido nos tópicos abaixo. Essa grande variabilidade nas propostas demonstra, ainda mais, a complexidade do assunto, que é abordada pelos autores de diversas formas e sob diversas óticas.

3.1.1 Modelos com um ou dois fatores

Uma das primeiras proposições teóricas estabelecidas para a explicação das formas de motivação para o consumo álcool foi a de Mulford e Miller (1960). Essa, por sua vez, objetivava compreender melhor o que levava uma pessoa a consumir e a usar de forma excessiva este tipo de substância. Ademais, essa proposta é derivada de uma série de levantamentos que evidenciaram diferenças entre os consumidores de bebidas alcoólicas a nível social e pessoal.

Os motivos para beber, identificados por meio das investigações destes autores, foram então organizados no entorno de contingências psicossociais. Apesar disso, é possível delimitar, de modo mais preciso, dois tipos de realidades motivacionais para o uso do álcool neste modelo, sendo uma delas "mais psicológicas" (relacionadas ao enfrentamento de questões conflitantes; e.g. "*o álcool me ajuda a esquecer meus problemas*") e outra "mais social" (relacionadas ao favorecimento da tomada de decisões em contextos interpessoais; e.g. "*o álcool me deixa menos preocupado com o que as pessoas pensam de mim*") ("dois fatores"). Essas, por sua vez, foram operacionalizadas por meio de um instrumento de 20 itens, chamado *Iowa Scale of Definitions of Alcohol* (COOPER *et al.*, 2015).

Nesta escala foram testadas várias configurações de itens, na tentativa de encontrar as afirmativas que melhor traduziam as qualidades dos motivos identificados pelos autores em questão. Por fim, obteve-se boas estimativas do coeficiente de *Gutman*, utilizado para examinar o quão confiável é uma medida, com valor de .94 para 18 itens do instrumento. Ou seja, a partir das pontuações gerais deste grupo de itens, seria possível reproduzir as respostas às afirmações contidas no instrumento com 94% de precisão (MULFORD; MILLER, 1960).

Até por volta da década de 80, a estrutura de duas fontes de motivação para o consumo de álcool se manteve como a mais coerente na avaliação desse fenômeno. Nesse meio tempo, Cahalan *et al.* (1967), Polich e Orvis (1979) e Farber *et al.* (1980) conduziram importantes estudos associando a problemática com outros fatores relacionados ao uso do álcool (e.g. tipos de bebidas consumidas, relação com fatores culturais), trazendo novas perspectivas acerca da temática e ampliando as considerações apresentadas (COOPER *et al.*, 2015).

3.1.2 Modelos de três fatores

Na literatura dos motivos para beber, duas propostas se destacaram por apresentar três fontes de motivação para o consumo de álcool. A primeira delas é a de Cooper *et al.* (1992), que contava com os motivos social (e.g. "*para ficar mais sociável*"), de enfrentamento (e.g.

“para esquecer suas preocupações”) e de realce (e.g. “porque deixa você animado”). Esse instrumento foi construído a partir de uma série de considerações teóricas e empíricas acerca do uso do álcool, contando também com a delimitação de uma nova forma de motivação, o realce. Este motivo, por sua vez, foi operacionalizado no *Drinking Motives Questionnaire*, que continha 15 itens que traduziam as características desta e das outras duas dimensões hipotetizadas pela autora e outros colaboradores (VOTAW; WITKIEWITZ, 2021).

A segunda delas pertence a Cronin (1997) e apresenta como característica diferencial uma conceituação um pouco mais restritiva e específica dos motivos delimitados até então. Enquanto Cooper (1992) havia proposto a existência dos motivos realce, social e de enfrentamento, de um modo mais abrangente, Cronin delimitou para o motivo de realce a contingência do estado de humor (e.g. “beber me deixa feliz”), para o motivo social a da camaradagem (e.g. “beber adiciona um certo calor às ocasiões sociais”) e para o motivo de enfrentamento a da redução de tensões (e.g. “bebo para relaxar”). Estes foram operacionalizados em 25 itens que compuseram o *Reason Drinking Scale*, retidos de um total de 35 afirmativas por meio de uma análise fatorial exploratória. Além disso, apresentou bons níveis de confiabilidade, variando entre .79 e .86 (CRONIN, 1997).

3.1.3 Modelos de quatro ou mais fatores

Em 1994, ao realizar um trabalho com grupos de jovens usuários de álcool, Cooper pôde avaliar um novo aspecto relacionado à motivação para o uso de álcool, o motivo de conformidade. Esse novo motivo diz respeito ao consumo de álcool por influências externas a si, como um meio de evitação das consequências desagradáveis resultadas de relacionamentos interpessoais (e.g. “para que os outros não tirem sarro de você por não estar bebendo”). Com a adição da conformidade, o modelo psicossocial da autora foi ampliado e começou a considerar quatro tipos principais de motivação (COOPER, 1994).

A versão revisada do *Drinking Motives Questionnaire*, o *DMQ-R*, contava com os fatores teóricos enfrentamento, social, realce e conformidade. Além disso, a versão também apresenta bons índices de ajuste para a solução de 4 fatores $\chi^2 = 1006.40$; $df = 164$; $RMR = .05$; $CFI = .94$, o que demonstrou que essa é a melhor solução para o modelo descrito e não a de 3 fatores, como inicialmente foi proposto (COOPER *et al.*, 2015).

Embora não represente um novo modelo teórico propriamente dito, Blackwell e Conrod (2003 *apud* GRANT *et al.*, 2007) propuseram um desmembramento do fator enfrentamento em dois novos fatores: o enfrentamento da ansiedade (e.g. “para relaxar”) e o enfrentamento

da depressão (e.g. “*me faz esquecer de eventos dolorosos*”). A justificativa para tal atitude é a de que os afetos negativos apresentam grande influência no comportamento de consumo de bebidas alcoólicas. Por esse motivo, merecem destaque na teorização dos motivos que levam uma pessoa a beber, especialmente, em amostras de jovens e no contexto universitário. A proposta do *Modified DMQ-R* mostrou-se bastante eficiente na avaliação dos motivos para beber entre os jovens universitários, contando com bons níveis de consistência interna (α variando de .73 a .89). Além disso, apresentou bons índices de ajuste para a solução de 5 fatores, com valores de $\chi^2 = 1299.70$; $df = 340$; $RMSEA = .06$; $CFI = .95$ (VOTAW; WITKIEWITZ, 2021).

Mais recentemente, Ertl et al. desenvolveram um instrumento de seis fatores para avaliação dos motivos para beber, com base nos pressupostos teóricos de Cox e Klinger (1988). Seu objetivo era avaliar se existiam semelhanças quanto aos motivos para beber em duas amostras etnicamente diferentes. O instrumento final compreendeu seis fatores teóricos mais abrangentes: a 1) melhora do desempenho (e.g. “*aumenta a criatividade*”), 2) gerar emoções positivas (e.g. “*me faz sentir feliz*”), 3) melhorar o funcionamento social (e.g. “*me facilita fazer novos amigos*”), 4) reduzir sentimentos negativos (e.g. “*diminui meu sentimento de inferioridade*”), 5) diminuir sintomas de abstinência (e.g. “*combate tonturas e náuseas*”) e 6) evitar problemas vivenciados (e.g. “*me ajuda a esquecer meus problemas*”). Ao final do estudo, verificou-se que ambos os grupos (da Uganda e Alemanha) mostraram, no geral, maior endosso por motivos orientados à recompensa, como o aumento de emoções positivas e do desempenho; do que fatores relacionados à busca por alívio, como reduzir sentimentos negativos. Isso corrobora com as proposições de Cox e Klinger (2004) de que os sujeitos tendem a frequentemente buscar mais benefícios nos contextos em que estão inseridos, do que afastar-se de situações conflituosas, como nesse caso específico (ERTL et al., 2018).

3.2 A atualidade das propostas e modelos de avaliação dos motivos para beber

Mesmo que na atualidade não se tenham desenvolvido muitos e novos instrumentos e propostas para avaliação dos motivos para beber, vários estudos de consistência interna, validação e adaptação de instrumentos são realizados para garantir a eficiência e a coerência do que até agora foi construído em relação ao assunto. Como pôde-se observar no estudo de Ertl et al. (2018), mesmo que algumas proposições tenham sido feitas há um considerável período de tempo, se mantêm bastante atuais, mesmo nos contextos de vida contemporâneos.

Um dos modelos mais comumente utilizados e aceitos na atualidade é o modelo

psicossocial de Cooper *et al.* (1994). A proposta de quatro fatores se mostra bastante bem-vinda nas investigações sobre os motivos de beber, visto que representa um modelo robusto de avaliação das contingências motivadoras para o consumo de álcool. Deste modo, apresenta diversas adaptações, como também visto em Blackwell e Conrod (2003 *apud* Grant *et al.*, 2007); estudos de validade para diversos contextos e tipos de amostra (e.g. NEHLIN; ÖSTER, 2019; COOPER *et al.*, 2016; KUNTSCHE *et al.*, 2014) e associações com uma série de variáveis (e.g. aspectos psicopatológicos, estados emocionais, fatores situacionais (RAVERT; DONNELLAN, 2021; JAUK; DIETERICH, 2019; NEHLIN; ÖSTER, 2019). Esse exemplo demonstra a grande aplicabilidade e relevância destes recursos para avaliação dos motivos para beber, revelando também um grande horizonte de possibilidades para avaliá-los em diversos contextos e situações.

4 CONCLUSÃO

Com o passar dos tempos, novos motivos foram sendo elencados ao conjunto de motivações que levam uma pessoa a consumir álcool. Mesmo que alguns autores apresentem certas divergências quanto aos motivos existentes, parecem convergir suas idéias até certo ponto quanto às características que eles apresentam, o que demonstra certa consistência quanto às proposições realizadas até agora.

Entretanto, embora este seja um assunto bem fundamentado e resolvido no campo de investigação do uso de substâncias psicoativas, muito ainda pode ser explorado quanto às relações que esta variável apresenta com tantas outras. Adicionalmente, mesmo que não sejam desenvolvidos muitos instrumentos relacionados à temática nos dias atuais, estudos de validade e precisão demonstram uma boa aplicabilidade das teorias, escalas e questionários em diversos contextos de atuação humana.

Como limitações desse estudo, observa-se que a utilização de descritores pré-definidos pode reduzir o alcance de outras publicações que fazem uso de termos semelhantes ou análogos, mas que também relacionam-se com a temática. Desse modo, recomenda-se a outros autores que utilizem outras abordagens, ou mesmo outros descritores, em suas futuras pesquisas.

REFERÊNCIAS

CAHALAN, D. *et al.* **American drinking practices**. Washington, DC: George Washington University, 1967.

COOPER, M.L. *et al.* **Development and validation of a three-dimensional measure of**

drinking motives. *Psychological Assessment*, v.4, n.2, p.123–132, 1992.

COOPER, M.L. Motivations for alcohol use among adolescents: Development and validation of a four-factor-model. **Psychological Assessment**, v.6, n.2, p.117–128, 1994.

COOPER, M.L. *et al.* **Motivational Models of Substance Use.** Oxford Handbooks Online, 2015. doi:10.1093/oxfordhb/978019938167

COOPER, M.L. *et al.* Motivational Models of Substance Use: A Review of Theory and Research on Motives for Using Alcohol, Marijuana, and Tobacco. In: SHER, K.J. (Ed.) **The Oxford handbook of substance use and substance use disorders: Volume 1.** Oxford University Press, 2016. p.375–421. doi: 10.1093/oxfordhb/9780199381678.001.0001

CRONIN, C. Reasons for drinking versus outcome expectancies in the prediction of college student drinking. **Substance Use & Misuse**, v.32, p.1287–131, 1997.

COX, M.; KLINGER, E. A motivational model of alcohol use. **Journal of Abnormal Psychology**, v.97, n.2, p.168–180, 1988.

COX, W.M.; KLINGER, E. Incentive motivation, affective change, and alcohol use: A model. In: COX, W.M. (Ed.), **Why people drink.** New York: Gardner Press, 1990. p. 291–311.

COX, W.M.; KLINGER, E. A motivational model of alcohol use: Determinants of use and change. In _____. **Handbook of motivational counseling: Concepts, approaches, and assessment.** New York: John Wiley & Sons Ltd., 2004. p. 121-138.

ERTL, V *et al.* Are Drinking Motives Universal? Characteristics of Motive Types in Alcohol-Dependent Men from Two Diverse Populations. **Frontiers in Psychiatry**, v.38, n.9, 2018. doi: 10.3389/fpsyt.2018.00038

FARBER, P. D. *et al.* A factor analytic study of reasons for drinking: Empirical validation of positive and negative reinforcement dimensions. **Journal of Consulting and Clinical Psychology**, v.48, p.780–781, 1980.

GRANT, V.V. *et al.* Psychometric evaluation of the five-factor Modified Drinking Motives Questionnaire--Revised in undergraduates. **Addictive Behaviors**, v.11, n.32, p.2611-2632, 2007. doi: 10.1016/j.addbeh.2007.07.004

JAUCK, E.; & DIETRICH, R. Addiction and the Dark Triad of Personality. **Frontiers in Psychiatry**, v.10, p.1–7, 2019. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2019.00662>

KUNTSCHE, E. *et al.* **Drinking motives and links to alcohol use in 13 European countries.** **Journal of Studies on Alcohol and Drugs**, v.3, n.75, p.428–437, 2014. <https://doi.org/10.15288/jsad.2014.75.428>

MULFORD, H.A.; MILLER, D.E. Drinking in Iowa: A Scale of Definitions of Alcohol Related to Drinking Behavior. **Quarterly Journal of Studies on Alcohol**, v.21, n.2, p. 267–278, 1960. doi:10.15288/qjsa.1960.21.267

NEHLIN, C.; ÖSTER, C. Measuring Drinking Motives in Undergraduates: An Exploration of the Drinking Motives Questionnaire-Revised in Swedish Students. **Substance Abuse: Treatment, Prevention, and Policy**, v.14, n.49, p.4–9, 2019. <https://doi.org/10.1186/s13011-019-0239-9>

POLICH, J.M.; ORVIS, B.R. **Alcohol problems: Patterns and prevalence in the U.S. Air Force (Report No. R-2308-AF)**. Santa Monica, Californ: Rand Corporation, 1979.

RAVERT, R.D; DONNELLAN, M.B. Impulsivity and Sensation Seeking: Differing Associations with Psychological Well-Being. **Applied Research in Quality of Life**, n.16, v.4, p.1503–1515, 2021. <https://doi.org/10.1007/s11482-020-09829-y>

SOUZA, M.T.; SILVA, M.D.S.; CARVALHO, R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, n.8, p. 102-6, 2010.

VOTAW, V. R.; WITKIEWITZ, K. Motives for Substance Use in Daily Life: A Systematic Review of Studies Using Ecological Momentary Assessment. **Clinical Psychological Science**, v.4, n.9, p.535–562, 2021. doi:10.1177/2167702620978614

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Global Status Report on Alcohol and Health 2018**. Geneva, Switzerland: WHO Press, 2018.