



UC/FPCE-2010

Universidade de Coimbra
Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação

**Preditores do consumo de álcool:
O papel das expectativas e dos motivos**

Mariana Serra Coelho
(e-mail: marianasrcoelho@gmail.com)

Dissertação de Mestrado
em Psicologia da Educação, Desenvolvimento e Aconselhamento,
sob a orientação
do Professor Doutor Joaquim Armando Gomes Alves Ferreira



UC/FPCE-2010

Universidade de Coimbra
Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação

**Preditores do consumo de álcool:
O papel das expectativas e dos motivos**

Mariana Serra Coelho
(e-mail: marianasrcoelho@gmail.com)

Dissertação de Mestrado
em Psicologia da Educação, Desenvolvimento e Aconselhamento,
sob a orientação
do Professor Doutor Joaquim Armando Gomes Alves Ferreira

À memória
da Professora Doutora
Maria da Conceição Taborda Simões

**Preditores do consumo de álcool:
O papel das expectativas e dos motivos**

Resumo: O presente estudo tem como objectivo esclarecer as relações que os motivos de consumo, as expectativas, o consumo de álcool e as consequências associadas estabelecem entre si, tendo por base o *Modelo Motivacional do Consumo de Álcool* (Cooper et al., 1994, 1995; Cox & Klinger, 1988). Mais especificamente, pretende-se avaliar se os motivos são melhores preditores do consumo de álcool que as expectativas e que as variáveis sócio-demográficas. Para tanto, recorreu-se a uma amostra de 654 estudantes da Universidade de Coimbra, tendo sido aplicada uma bateria de questionários. Através de análises de regressões múltiplas hierárquicas conclui-se que os motivos são os melhores preditores do consumo de álcool e das consequências associadas a esse mesmo consumo. Os resultados obtidos, ao comprovarem a centralidade dos motivos, assumem grande importância no planeamento de estratégias preventivas.

Palavras-chave: Preditores; Motivos de consumo; Expectativas; Consumo de álcool; Consequências; Estudantes universitários.

**Predictors of alcohol use:
The role of expectancies and motives**

Abstract: The aim of this study is to clarify the relationship between drinking motives, expectancies, alcohol use and alcohol-related consequences, in accordance with the *Motivational Model of Alcohol Use* (Cooper, et al., 1994, 1995; Cox & Klinger, 1988). More specifically, this study aims to evaluate if motives are better alcohol use predictors than expectancies and than socio-demographic variables. In order to arrive at such evaluation a battery of questionnaires was given to a sample of 654 university students. From multiple hierarchical regressions analysis one must conclude that motives are the best predictors of alcohol use and of alcohol-related consequences. This outcome reveals the centrality of motives in the context of alcohol use and its consequences. Therefore they assume an importance that should not be neglected in the design of prevention strategies.

Keywords: Predictors, Drinking motives, Expectancies, Alcohol use, Alcohol-related consequences, University students.

Agradecimentos

Desejo deixar aqui expressa a mais sincera gratidão ao Professor Doutor Joaquim Armando Gomes Alves Ferreira, pela disponibilidade sempre demonstrada, pelo incentivo e comentários enriquecedores deste trabalho cuja elaboração orientou.

Cumpre-me igualmente exprimir o agradecimento a todos os Professores da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra, sobretudo àqueles que, ao longo dos últimos cinco anos, mais de perto contribuíram para a minha formação, tanto pessoal como científica.

Cabe também agradecer ao técnicos do Serviço de Informática da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra a ajuda sem a qual teria sido muito difícil colocar *online* os questionários sobre os quais assenta boa parte do presente trabalho.

Agradeço ainda a todos os colegas, estudantes da Universidade de Coimbra, que se disponibilizaram para colaborar neste estudo, preenchendo os questionários que lhes foram propostos.

Resta-me, por fim, agradecer à minha família “herdada” e à “escolhida pelo coração” todo o apoio demonstrado ao longo do meu percurso académico.

Índice

Introdução	1
I. Enquadramento conceptual	2
1. Consumo de álcool nos estudantes do Ensino Superior	2
2. Abordagem motivacional do consumo de álcool	5
2. 1. Expectativas e consumo de álcool	8
2. 2. Motivos e consumo de álcool	8
2. 3. Expectativas, motivos e consumo de álcool	9
II. Objectivos	10
III. Metodologia	11
1. Caracterização da amostra	11
2. Instrumentos	15
3. Procedimento	17
IV. Resultados	18
1. Estudo descritivo do consumo de álcool e das consequências associadas	18
2. Estudo diferencial	22
3. Estudos preditivos	25
3. 1. Variáveis predictoras do consumo de álcool	27
3. 2. Variáveis predictoras das consequências associadas ao consumo de álcool	30
IV. Discussão	32
V. Conclusão	34
Bibliografia	35

Anexos

Introdução

O consumo excessivo de álcool em estudantes universitários é uma problemática que tem merecido uma crescente atenção por parte dos investigadores em diversos países, nomeadamente nos Estados Unidos da América. Em Portugal, no entanto, esta é uma área onde continua a verificar-se uma relativa escassez de estudos dedicados à análise dos factores que estão na origem do consumo excessivo de álcool e dos problemas a ele associados entre os estudantes do Ensino Superior.

Neste trabalho, em que se procura melhor compreender os factores associados ao consumo de bebidas alcoólicas em contexto universitário, tomou-se como referência a abordagem motivacional do consumo de álcool, mais especificamente o *Modelo Motivacional de Consumo de Álcool* (Cox & Klinger, 1988), testado e aperfeiçoado por Cooper, Frone, Russel e Mudar (1994, 1995).

Na verdade, este modelo permite uma abordagem suficientemente abrangente, que inclui factores de diversos tipos (e.g., factores genéticos; factores de personalidade; factores motivacionais). Acresce ainda que esta abordagem motivacional considera que o consumo de álcool pode caracterizar-se por um *continuum*, que vai desde o consumo de álcool não abusivo até ao abusivo, de risco. Esta é mesmo uma das abordagens que mais tem sido testada com amostras de estudantes universitários.

Tendo em conta os pressupostos da referida abordagem, neste estudo, pretende-se verificar se os factores motivacionais (i.e., os *motivos de consumo*) são os melhores preditores do *consumo de álcool* e das consequências relacionadas com este mesmo consumo, recorrendo a uma amostra de estudantes da Universidade de Coimbra.

Espera-se que o aprofundamento do conhecimento acerca dos hábitos de consumo de bebidas alcoólicas dos estudantes universitários e de alguns dos factores que estão associados a esse consumo (e.g., expectativas relacionadas com o álcool e motivos de consumo) possibilitem a identi-

ficação de algumas das estratégias preventivas mais adequadas e direccionadas aos estudantes do Ensino Superior.

I. Enquadramento conceptual

1. Consumo de álcool nos estudantes do Ensino Superior

A entrada para o Ensino Superior corresponde a um período de transição entre a adolescência e a idade adulta. Este é, para muitos, um dos períodos mais importantes na vida dos jovens estudantes (Jorge & Ferreira 2007), representando o alargamento das possibilidades de estabelecimento de novos amigos, de exploração de novos conteúdos académicos e de experimentação de diferentes comportamentos e estilos de vida (Schulenberg & Maggs, 2002). Os jovens estudantes enfrentam, assim, a necessidade de adaptação, de crescimento e de desenvolvimento psicossocial (Silva & Ferreira, 2007). No entanto, este esforço de adaptação e exploração, nomeadamente de exploração de uma identidade, poderá representar, para alguns, um factor precipitante da emergência de comportamentos de risco, nomeadamente de um estilo de consumo excessivo de álcool.

De acordo com alguns autores, o consumo de álcool por parte dos estudantes universitários é, na verdade, uma realidade entre a maioria da população que frequenta as instituições de Ensino Superior (Cox, Hosier, Crossley, Kendall, & Roberts, 2006; Demers et al., 2002; Lyvers, Hasking, Hani, Rhodes, & Trew, 2010; Weschler & Nelson, 2008). Note-se que o estilo de consumo destes estudantes é mesmo muitas vezes caracterizado como excessivo, comportando alguns episódios de *binge drinking*¹ (Demers et al., 2002; O'Malley & Johnston, 2002). *The Harvard School of Public Health College Alcohol Study* (CAS), em estudo realizado no ano de 1993, revela que o *binge drinking* tem uma elevada prevalência na população de estudantes universitários americanos (Weschler & Nelson, 2008). Justifica-se, pois, que esta problemática tenha merecido a atenção dos investigadores

¹ O uso da expressão *binge drinking* tem causado alguma controvérsia. Genericamente, os investigadores consideram que a expressão indica um consumo de cinco ou mais bebidas numa só ocasião. Note-se que, para *The Harvard School of Public Health College Alcohol Study* (CAS), a expressão *binge drinking* deve ser operacionalizada como representando o consumo de cinco ou mais bebidas no caso dos homens e quatro ou mais bebidas no caso das mulheres (Wechsler, Davenport, Dowdall, Moeykens, & Castilho, 1994, *apud* Meilman & Presley, 2005).

que ao longo das últimas décadas têm desenvolvido estudos relevantes em torno desta temática.

Assim, Meilman e Presley (2005), num estudo que decorreu entre 1999 e 2001, utilizando o *Core Alcohol and Drug Survey*, desenvolvido nos anos oitenta pelo *U.S. Department of Education*, recolheram dados de 60 098 estudantes do primeiro ano, em 438 instituições de Ensino Superior nos Estados Unidos da América. Os resultados indicaram que estes estudantes tinham uma média de consumo de semanal de 3,9 bebidas no caso das mulheres e, nos homens, uma média de 8,6 bebidas. Para além disto, neste estudo, foram também analisadas as consequências relacionadas com o consumo de álcool. É de salientar que cerca de um quarto dos estudantes que constituíam a amostra revelaram como consequência um menor desempenho nos exames ou no desenvolvimento de projectos académicos importantes; 29% já tinham faltado a aulas ou entrado em coma alcoólico e mais de metade revelaram ter tido dores de cabeça, náuseas, vómitos após terem consumido álcool em excesso.

Como faz notar Lyvers e colaboradores (2010), o consumo excessivo por parte dos jovens poderá ter consequências quer a curto, quer a longo prazo. Assim, tudo indica que tal consumo poderá estar na origem da ocorrência de acidentes graves, de tentativas de suicídio, de gravidezes indesejadas, de doenças sexualmente transmissíveis, de violência e de insucesso académico. Na realidade, há que acentuar a ideia de que o consumo de álcool em excesso tem um impacto significativo no desenvolvimento de relações interpessoais e no desempenho académico dos jovens estudantes universitários (Weschler & Nelson, 2008).

Muitos autores (Hingson, Heeren, Zakocs, Kopstein, & Wechsler, 2002; White, Kraus, & Swartzwelder, 2006) assumem que consumo de álcool em excesso está associado a diversos problemas entre os estudantes do Ensino Superior, sendo mesmo considerado um problema de saúde pública. Note-se, no ano de 1995, o *Centers for Disease Control and Prevention National College Risk Behavior Survey* revelou que 38,9% dos estudantes com idades compreendidas entre os 18 e os 24 anos já tinham conduzido alcoolizados (Beck et al., 2008). Um outro dado, que parece ser transversal à maioria dos estudos, é que os homens apresentam uma maior frequência de consumo de bebidas alcoólicas, bem como maiores problemas relacionados com este consumo (O'Malley & Johnston, 2002).

Por outro lado, Hingson, Zha e Weitzman (2009) desenvolveram um estudo com o objectivo de avaliar a magnitude dos problemas relacionados com consumo de álcool numa amostra de estudantes do Ensino Superior dos Estados Unidos da América. Para além disso, pretendiam, ainda, analisar as mudanças ocorridas entre 1998 a 2001 e entre 2001 a 2005. Assim, de

acordo com os resultados obtidos, os autores referem que 44,7% dos estudantes entre os 18 e os 24 anos beberam cinco ou mais bebidas numa só ocasião, nos 30 dias anteriores, percentagem esta que sofreu um aumento no período de tempo entre 1998 e 2005. Para além deste dado, segundo este estudo, as mortes relacionadas com o consumo de álcool em estudantes universitários americanos teriam aumentado 3% desde o ano de 1999. De referir que este aumento se terá ficado a dever em parte à condução sob efeito do álcool.

Movidos por idênticas preocupações, alguns investigadores, em Portugal, têm-se dedicado ao estudo desta problemática. A este propósito, vale a pena referir que Breda e colaboradores, no ano de 1998 (*apud* Mello, Barrias, & Breda, 2001), desenvolveram um estudo com jovens estudantes da Universidade e do ensino Politécnico de Coimbra. Um dos seus objectivos era o de caracterizar o consumo destes jovens. Os resultados indicam que cerca de 10 a 20% da amostra apresentava *problemas ligados ao álcool*².

Um dos objectivos do estudo levado a cabo por Leite, Silva, Breda, Frazão e Pinto (1998) era o estudar os hábitos de consumo de bebidas alcoólicas numa amostra de estudantes da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra. Os autores chegaram aos seguintes resultados: apenas 7% dos estudantes do sexo masculino e 37% dos estudantes do sexo feminino declararam nunca se terem embriagado. No entanto, mais de 30% dos estudantes do sexo masculino e mais de 8% dos estudantes do sexo feminino já se tinham embriagado pelo menos 20 vezes. Tal como observado em estudos internacionais, estes resultados apontam para uma grande percentagem de estudantes que já faltaram às aulas ou conduziram sob o efeito do álcool.

Carvalho (2010) desenvolveu um estudo que, também, tinha como objectivo caracterizar os hábitos de consumo de álcool agora em estudantes do Mestrado Integrado em Medicina da Universidade da Beira Interior. De acordo com os dados obtidos, 86,7% dos estudantes referiram que já haviam consumido álcool; 27% apresentaram um estilo de consumo de bebidas alcoólicas abusivo, podendo classificados como “grupo de risco”. Para além destes dados, deve notar-se que, ainda de acordo com este estudo, a idade de

² Segundo a Organização Mundial de Saúde (1982), a expressão *problemas ligados ao álcool* é utilizada para “designar as consequências nocivas do álcool (...) que atingem não só o bebedor, mas também a família e a colectividade em geral”. Estas consequências podem ser “físicas, mentais ou sociais e resultam de episódios agudos, de um consumo excessivo ou inoportuno, ou de um consumo prolongado” (Mello et al., 2001, 12).

início do consumo de bebidas alcoólicas se situa antes ou logo após a entrada para o Ensino Superior.

Feitas as anteriores considerações, entende-se que, para o desenvolvimento de intervenções verdadeiramente sustentadas e eficazes nesta área, se deverá conhecer em profundidade a população-alvo de intervenção, isto é, conhecer os diferentes estilos de consumo dos estudantes universitários e compreender os factores associados a esse mesmo consumo. Para tanto, julga-se pertinente proceder à análise destas questões tendo em conta os pressupostos da abordagem motivacional do consumo de álcool.

2. Abordagem motivacional do consumo de álcool

Cox e Klinger (1988) desenvolveram o Modelo Motivacional do Consumo de Álcool – *Motivational Model of Alcohol Use*. A sua aplicabilidade a diversas faixas etárias (i.e., adolescentes, jovens adultos, adultos) encontra-se espelhada nos diversos estudos que foram sendo desenvolvidos.

Importa, desde já, acentuar que a maior parte dos investigadores têm realçado que os motivos que levam os sujeitos a consumir álcool assumem um importante papel, tanto na iniciação, como na manutenção dos comportamentos de consumo (Cooper, 1994; Read, Wood, Kahler, Maddock, & Paifail, 2003). Por outro lado, a abordagem motivacional do consumo de bebidas alcoólicas considera que existem vários padrões de consumo caracterizados num *continuum* que vai desde o consumo moderado até ao consumo excessivo.

A abordagem motivacional do consumo de álcool (Cooper, 1994; Cox & Klinger, 1988, 1990) entende que, conscientemente ou inconscientemente, os sujeitos tomam a decisão de beber ou não beber com o objectivo de obterem um determinado efeito por eles desejado (Kuntsche, Knibbe, Gmel, & Engels, 2006). Acrescente-se que esta decisão depende da combinação de diversos factores (cf. Figura 1).

Neste sentido, podemos encontrar factores de diversos tipos: (1) *factores históricos* (e.g., predisposição genética para responder positivamente ou negativamente a experiências de consumo de álcool; características de personalidade; factores sócio-culturais ou ambientais); (2) *factores actuais e situacionais* (e.g., acesso a bebidas alcoólicas ou contacto com pessoas que consomem álcool); (3) *efeitos da mediação cognitiva* (e.g., pensamentos, percepções e memórias acerca do álcool); (4) *expectativas relacionadas com o álcool* e, por fim, (5) *motivos de consumo* (Cooper, 1994; Cox & Klinger, 1988, 1990; Kuntsche, Knibbe, Engels, & Gmel, 2007; Kuntsche, Knibbe, Gmel, & Engels, 2005).

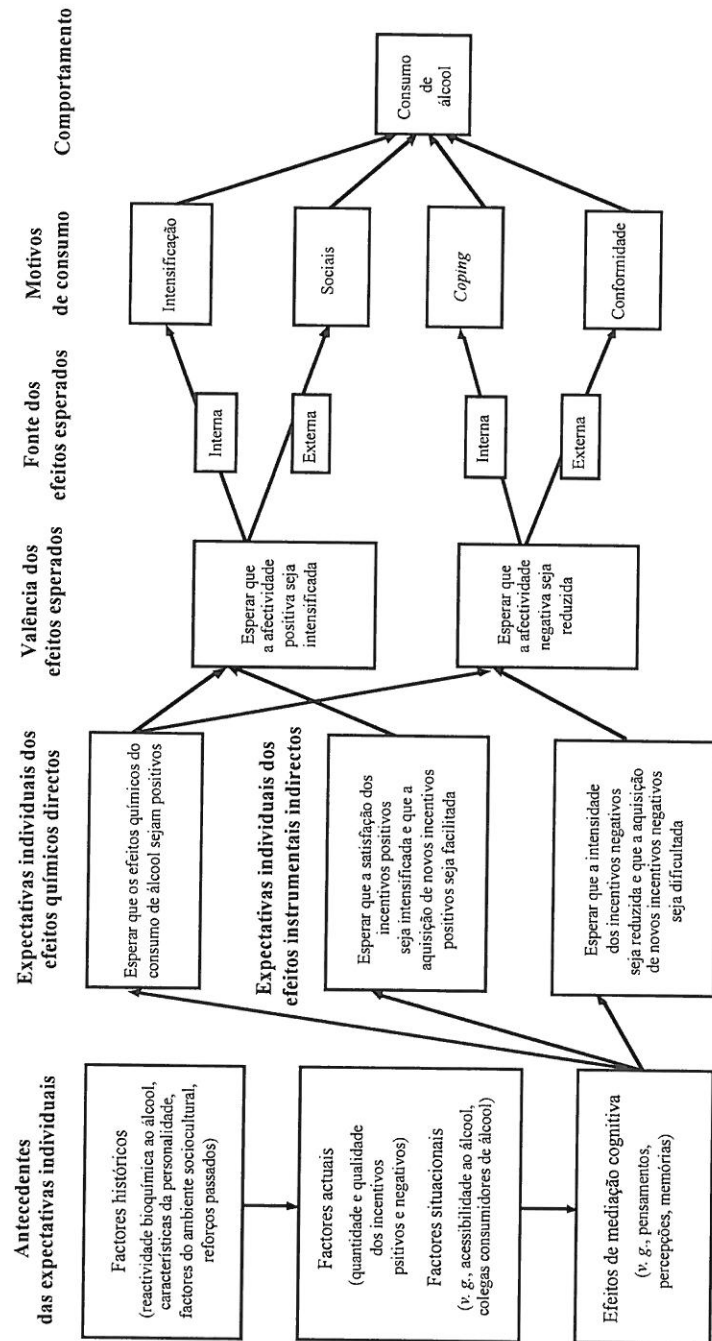


Figura 1. Antecedentes das expectativas, expectativas individuais, motivos de consumo (valência e fonte) e consumo de álcool de acordo com o Modelo motivacional (Cooper, 1994; Cox & Klinger, 1988, 1990). (Kuntsche et al., 2005, 843, adaptado).

Importante será enfatizar, mais uma vez, que, segundo Cox e Klinger (1988), a base do consumo de álcool é motivacional, tornando-se claro que a decisão de consumir tem por base as relações que factores como a experiência pessoal, as situações e as *expectativas* estabelecem com os *motivos de consumo* (Kuntsche et al., 2006).

Entre os factores envolvidos na decisão de consumir álcool, há que destacar, no âmbito do presente estudo, as *expectativas relacionadas com o consumo de álcool e motivos de consumo*. Estes conceitos “são frequentemente descritos como dois determinantes equivalentes do consumo de álcool e de um estilo de consumo problemático entre jovens” (Kuntsche et al., 2007, 76). No entanto, é necessário acentuar que, apesar de serem conceitos que se encontram relacionados, eles são bem distintos (Agrawal et al., 2007; Kuntsche, Wiers, Janssen, & Gmel, *in press*).

Assim, convém esclarecer que as *expectativas relacionadas com o álcool* são entendidas como crenças pessoais acerca dos efeitos que o álcool poderá ter ao nível do comportamento, das emoções e das cognições (Agrawal et al., 2007; Baer, 2002). Acrescente-se que as *expectativas* podem ser tanto positivas como negativas (Cox & Klinger, 2004) e — outro facto importante — uma pessoa pode não ter tido experiências de consumo de álcool e possuir *expectativas* acerca dos seus efeitos (Agrawal et al., 2007).

Por outro lado, os *motivos de consumo* referem-se a uma função que o álcool poderá assumir, nomeadamente na produção um efeito psicológico resultante da experiência de consumo (Baer, 2002). Podem, ainda, ser definidos como um valor atribuído a um efeito que se espera alcançar, motivando ou não para consumir álcool (Agrawal et al., 2007; Cox & Klinger, 2004).

A este propósito, Cooper e colaboradores (1994; 1995) encontraram suporte empírico para categorização dos *motivos de consumo*. Assim, os motivos podem ser classificados recorrendo a duas dimensões: *valência* (positiva ou negativa) e *fonte* (interna ou externa) dos resultados esperados. No que diz respeito à *valência*, os sujeitos consumiriam álcool para obter resultados positivos ou para evitar resultados negativos. No que à *fonte* se refere, os indivíduos beberiam para receber recompensas internas (e.g., intensificação de um estado emocional desejado) ou para receber recompensas externas (e.g., aprovação social) (Kuntsche et al., *in press*).

É no cruzamento destas duas dimensões (i.e., *valência e fonte*) que surgem as quatro categorias de motivos (Cooper, 1994; Engels, Wiers, Lemmers, & Oberbeek, 2005; Lyvers et al., 2010): (1) *motivos de coping* (i.e., beber para lidar com emoções negativas); (2) *motivos de conformidade* (i.e., beber para evitar a rejeição social); (3) *motivos de intensificação*

(i.e., beber para intensificar positivamente o humor) e, por fim, (4) *motivos sociais* (i.e., beber para receber benefícios sociais).

2. 1. Expectativas e consumo de álcool

Segundo alguns autores (Agrawal et al., 2007; Brown, 1985; Hittner, 1997) as *expectativas relativas ao consumo de álcool* têm grande importância, pois poderão ser utilizadas na compreensão da iniciação e manutenção de comportamentos de risco associados ao consumo, podendo ainda ser modificadas através de programas preventivos, com vista a reduzir o consumo de álcool (Peucker, Fogaça, & Bizarro, 2005).

Para além disto, um mais completo conhecimento das *expectativas relativas ao álcool* poderá auxiliar na distinção entre diferentes padrões de consumo de bebidas alcoólicas. Isto é, a presença ou não de determinadas expectativas poderá ajudar a sinalizar eventuais grupos de risco (Agrawal et al., 2007; Brown, 1985; Hittner, 1997). Por exemplo, segundo Brown (1985), os consumidores de risco obtêm pontuações mais elevadas nas *expectativas de redução da tensão*. Acresce ainda que, de acordo com o mesmo autor, estas expectativas revelaram-se o mais poderoso preditor do consumo excessivo de álcool em estudantes universitários.

Ainda a este propósito, Carey e Carey (1995) desenvolveram um estudo que tinha como objectivo conhecer os preditores da quantidade máxima de consumo diário e da frequência de consumo. Os resultados indicaram que os melhores preditores do consumo diário eram as *expectativas de mudança global positiva*, enquanto que as *expectativas de intensificação sexual* eram os melhores preditores da frequência do consumo.

2. 2. Motivos e consumo de álcool

Vários estudos (Agrawal et al., 2007; Billingham, Parrillo, & Gross, 1993; Bradley, Carman, & Pretee, 1992; Brennan, Walfish, & Aubuchon, 1986; Cooper, 1994; Cooper et al., 1995; Handen & Edmundson, 1991) têm vindo a verificar que o comportamento de consumo de álcool é fortemente afectado pelas motivações que lhe estão associadas (Engels et al., 2005). Há, no entanto, algumas discrepâncias quanto aos motivos que predizem mais fortemente o consumo de álcool em jovens estudantes universitários.

Entre os estudos que se dedicam à análise da relação entre os motivos e o *consumo de álcool*, há que destacar a investigação realizada por

Brennan e colaboradores (1986). Os autores analisaram oito estudos sobre esta temática, concluindo que os *motivos de coping* eram aqueles que se encontravam mais fortemente associados a um consumo abusivo de álcool e a um maior número de problemas associados.

Esta relação dos *motivos de coping* e consumo excessivo de álcool foi também encontrada por Lyvers e colaboradores (2010). Acrescente-se que, segundo este autor, são os *motivos de intensificação* que predizem o consumo de álcool quando os estudantes estão expostos a situações em que há um encorajamento ao consumo de bebidas alcoólicas.

No entanto, e contrariando, em parte, os estudos cujos dados apoiam a hipótese de que os *motivos de coping* estejam associados a um consumo abusivo de álcool em estudantes, Read e colaboradores (2003) consideram que os *motivos de coping* não predizem o consumo abusivo de álcool, mas apenas os problemas relacionados com o consumo.

É de salientar que, segundo Cox e colaboradores (2006) os motivos negativos (i.e., *motivos de coping* e *motivos de conformidade*) são aqueles que se encontram mais relacionados com o consumo de álcool em jovens estudantes universitários. Por outro lado, e de acordo com o mesmo autor, são estes motivos (negativos) que predizem o consumo excessivo de álcool e problemas que lhe estão associados.

Para sintetizar todas estes dados, importante será referir que, segundo Kuntsche e colaboradores (2005), a maioria dos jovens universitários consome álcool por *motivos sociais*, alguns por *motivos de intensificação* e, uma pequena parte, por *motivos de coping*. Os *motivos sociais* estão associados a um consumo moderado de álcool, os *motivos de intensificação* a um consumo excessivo de álcool e os *motivos de coping* aos problemas associados ao consumo.

2. 3. Expectativas, motivos e consumo de álcool

Num estudo desenvolvido por Kuntsche e colaboradores (2007), com uma amostra de adolescentes, verificou-se que os motivos funcionam como mediadores da relação entre as expectativas e o consumo de álcool. Este resultado vai ao encontro da noção de que as expectativas relativas ao consumo precedem a motivação para consumir e servem como preditores directos dos motivos de consumo (Cooper et al., 1995 *apud* Goldsmith, Tran, Smith, & Howe, 2009).

De facto, de acordo com a abordagem motivacional do consumo de álcool, os motivos de consumo estão mais próximos do consumo do que as expectativas, apoiando a hipótese segundo a qual os motivos medeiam a relação entre as expectativas e o consumo de álcool.

II. Objectivos

De acordo com a revisão da literatura, julga-se ser útil esclarecer as relações que diferentes variáveis (e.g., motivos de consumo, expectativas) estabelecem com o consumo de álcool e com as consequências associadas. Assim, pretende-se, recorrendo a uma amostra de estudantes da Universidade de Coimbra, testar as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: existem diferenças estatisticamente significativas nas variáveis do estudo (i.e., motivos de consumo, expectativas relativas ao consumo, consequências e consumo de álcool) em função do sexo e do ciclo de estudos;

Hipótese 2: os motivos de consumo (i.e., motivos de *coping*, motivos de conformidade, motivos de intensificação e motivos sociais) são melhores preditores do consumo de álcool que as expectativas (i.e., mudanças globais positivas com a experiência de consumo; melhoria do desempenho sexual; aumento do prazer físico e social; assertividade social (afirmação num grupo); relaxamento e redução da tensão física) e que as variáveis sócio-demográficas (i.e., idade e sexo);

Hipótese 3: os motivos de consumo (i.e., motivos de *coping*, motivos de conformidade, motivos de intensificação e motivos sociais) são melhores preditores das consequências relativas ao consumo que as expectativas (i.e., mudanças globais positivas com a experiência de consumo; melhoria do desempenho sexual; aumento do prazer físico e social; assertividade social (afirmação num grupo); relaxamento e redução da tensão física) e que as variáveis sócio-demográficas (i.e., idade e sexo).

III. Metodologia

1. Caracterização da amostra

A amostra total deste estudo consta de 654 sujeitos, sendo que 209 (32%) são do sexo masculino e 445 (68%) do sexo feminino (cf. Tabela 1). De referir que estes apresentam idades compreendidas entre os 17 e os 52 anos de idade, situando-se a média de idades nos 21,17 anos (DP = 3,51).

No que se refere ao estado civil, 645 (98,6%) dos sujeitos são solteiros, 8 (1,2%) são casados, sendo que 1 (0,2%) não especificou o seu estado civil (cf. Tabela 1).

Tabela 1. Distribuição dos sujeitos em função das variáveis sexo e estado civil.

	n	%
Sexo		
Masculino	209	32,0
Feminino	445	68,0
Total	654	100,0
Estado Civil		
Solteiro	645	98,6
Casado	8	1,2
Divorciado	0	0,0
Viúvo	0	0,0
Não especificado	1	0,2
Total	654	100,0

Quanto ao estatuto sócio-económico familiar, foram estabelecidos três níveis (baixo, médio e elevado)³. Assim, 241 (36,9%) dos sujeitos pertencem ao nível baixo, 268 (41,0%) ao nível médio e 140 (21,4%) ao nível elevado. Registe-se que não foi possível apurar o nível sócio-económico de 5 (0,8%) dos sujeitos inquiridos (cf. Tabela 2).

Tabela 2. Distribuição dos sujeitos em função da variável nível sócio-económico.

	n	%
Nível sócio-económico		
Baixo	241	36,9
Médio	268	41,0
Elevado	140	21,4
Não especificado	5	0,8
Total	654	100,0

³ Para o estabelecimento dos níveis sócio-económicos seguiu-se a classificação de Simões (2000).

No que à área de residência diz respeito, 470 (71,9%) dos sujeitos residem actualmente numa zona urbana, 181 (27,7%) numa zona rural e, por fim, 3 (0,5%) não especificaram a sua actual área de residência (cf. Tabela 3).

Tabela 3. Distribuição dos sujeitos em função da variável actual área de residência.

	n	%
Área de Residência		
Urbana	470	71,9
Rural	181	27,7
Não especificado	3	0,5
Total	654	100,0

Entre os sujeitos que constituem a amostra, a maioria [462 (70,6%)] refere que a entrada para o Ensino Superior implicou a saída de casa, ao contrário dos restantes 192 sujeitos (29,4%) (cf. Tabela 4). Assim, relativamente ao primeiro grupo, 52 (11,3%) desses sujeitos habitam numa residência universitária, 28 (6,1%) sozinhos num apartamento, 353 (76,4%) num apartamento com outros estudantes, 25 (5,4%) numa casa/apartamento com familiares e 4 (0,9%) não especificam o local onde actualmente residem (cf. Tabela 4).

Tabela 4. Distribuição dos sujeitos em função das variáveis saída de casa e local de residência.

	n	%
Saída de casa		
Sim	462	70,6
Não	192	29,4
Total	654	100,0
Se sim, qual o local de residência?		
Residência universitária	52	29,4
Sozinho num apartamento	28	6,1
Apartamento com estudantes	353	76,4
Casa de familiares	25	5,4
Outro local	4	0,9
Total	462	100,0

Todos os elementos que constituem a amostra deste estudo encontram-se a frequentar um curso superior numa das Faculdades da Universidade de Coimbra. Assim, 50 (7,9%) dos sujeitos pertencem à Faculdade de Letras, 29 (4,4%) à Faculdade de Medicina, 109 (16,7%) à Faculdade de

Direito, 79 (12,1%) à Faculdade de Ciências e Tecnologia, 11 (1,7%) à Faculdade de Farmácia, 108 (16,5%) à Faculdade de Economia, 164 (25,1%) à Faculdade de Psicologia e, por fim, 104 (15,9%) à Faculdade de Desporto (cf. Tabela 5).

Tabela 5. Distribuição dos sujeitos em função da variável Faculdade.

	n	%
Faculdade		
Letras	50	7,6
Medicina	29	4,4
Direito	109	16,7
Ciências e Tecnologia	79	12,1
Farmácia	11	1,7
Economia	108	16,5
Psicologia	164	25,1
Desporto	104	15,9
Total	654	100,0

Na distribuição dos sujeitos pelos três Ciclos de Estudos, verifica-se que 462 (70,6%) frequentam o 1º Ciclo de Estudos, 163 (24,9%) o 2º Ciclo de Estudos, 28 (4,3%) o 3º Ciclo de Estudos e 1 (0,2%) dos inquiridos não especificou qual o Ciclo de Estudos que frequenta (cf. Tabela 6).

Os sujeitos inquiridos dedicam ao estudo, em média, 7,74 horas por semana (DP = 6,33). Relativamente às reprovações, 533 (81,5%) dos sujeitos nunca reprovaram, 118 (18%) reprovou pelo menos uma vez e, por fim, 3 (0,5%) dos sujeitos não especificaram se já tinham reprovado (cf. Tabela 6).

Tabela 6. Distribuição dos sujeitos em função das variáveis ciclo de estudos e reprovações.

	n	%
Ciclo de estudos		
1º Ciclo	462	70,6
2º Ciclo	163	24,9
3º Ciclo	28	4,3
Não Especificado	1	0,2
Total	654	100,0
Reprovações		
Sim	118	18,0
Não	533	81,5
Não especificado	3	0,5
Total	654	100,0

No que se refere às actividades extracurricular, 149 (22,8%) dos sujeitos inquiridos (22,8%) referem que estão envolvidos em pelo menos uma das actividades, ao contrário, 505 (77,2%) dos sujeitos referem não se encontrarem envolvidos em nenhuma actividade extracurricular (cf. Tabela 7).

Assim sendo, dos sujeitos que referem estar envolvidos em uma ou mais actividades extracurriculares, 41 (22,3%) deles dizem pertencer à Comissão de Ano/Curso, 47 (25,5%) ao Núcleo de Estudantes, 26 (14,1%) à Associação Académica, 37 (20,1%) a uma Secção Desportiva, Cultural ou Organismo Autónomo, 7 (3,8%) a um Órgão de Gestão e 26 (14,1%) dos inquiridos não especifica qual a actividade extracurricular que está envolvido (cf. Tabela 7).

Tabela 7. Distribuição dos sujeitos em função da variável actividade extracurricular.

	n	%
Envolvimento em actividades extracurriculares		
Sim	149	22,8
Não	505	77,2
Total	654	100,0
Se sim, qual a actividade?		
Comissão de curso/ano	41	22,3
Núcleo de estudantes	47	25,5
Associação académica	26	14,1
Secção desportiva, cultural ou organismo autónomo	37	20,1
Órgão de gestão	7	3,8
Outra	26	14,1
Total	149	100

Por fim, quanto à ocupação a maioria dos sujeitos, encontram-se só a estudar 556 sujeitos (85%), 68 (10,4%) a estudar e a trabalhar a tempo parcial, 29 (4,4%) a estudar e a trabalhar a tempo inteiro e 1 (0,2%) não especificou a sua ocupação (cf. Tabela 8).

Tabela 8. Distribuição dos sujeitos em função da variável ocupação.

	n	%
Ocupação		
Só a estudar	556	85,0
Estudar e a trabalhar a tempo parcial	68	10,4
Estudar e a trabalhar a tempo inteiro	29	4,4
Não especificado	1	0,2
Total	654	100,0

2. Instrumentos

Questionário sócio-demográfico

Foi administrado um questionário sócio-demográfico usado para a caracterização da amostra. Este era constituído por 16 questões, comportando duas partes distintas. A primeira delas refere-se à obtenção de informações sobre os seguintes dados: idade, sexo, estado civil, nacionalidade, naturalidade, área de residência, nível sócio-económico. A segunda é constituída por questões relativas à frequência no Ensino Superior (e.g., curso, estabelecimento de ensino, faculdade, ano, reprovações, ocupação, residência, actividades extracurriculares).

Para além deste questionário inicial, foram incluídas outras medidas para examinar as variáveis em estudo.

Drinking Motive Questionnaire - Revised (DMQ-R)

Para proceder à avaliação dos motivos de consumo de bebidas alcoólicas foi utilizada uma versão traduzida para português do *Drinking Motive Questionnaire - Revised (DMQ-R)* originalmente desenvolvido por Cooper (1994). Trata-se de um dos instrumentos mais utilizados na avaliação os motivos de consumo em jovens estudantes universitários (Kuntsche & Kuntsche, 2009).

Assim, convém referir que o DMQ-R é composto por 20 itens, numa escala que varia de 1 a 5 (1=Nunca ou Quase Nunca; 2=Algumas Vezes; 3= Metade das vezes; 4= A maior parte das vezes; 5= Quase sempre/Sempre), medindo a frequência do consumo de bebidas alcoólicas para quatro subescalas (i.e., motivos de intensificação, motivos sociais, motivos de conformidade e motivos *coping*).

Neste estudo, e de acordo com a classificação apresentada por DeVellis (1991), as quatro subescalas apresentaram valores de consistência interna “muito bons”: $\alpha_{\text{coping}} = 0,80$, $\alpha_{\text{conformidade}} = 0,80$, $\alpha_{\text{social}} = 0,90$, $\alpha_{\text{intensificação}} = 0,90$.

Alcohol Expectancies Questionnaire - III (Adult) (AEQ-III)

Para avaliar as expectativas relativas ao consumo de álcool foi utilizado o *Alcohol Expectancies Questionnaire-III (Adult)* desenvolvido por Brown, Christiansen e Goldman (1987) e traduzido para português no âmbito deste estudo⁴. Este instrumento de auto-resposta, composto por

⁴ Foi, em primeiro lugar, efectuada uma tradução do instrumento, em seguida administrou-se o questionário traduzido a um grupo de estudantes universitários. A estes sujeitos, pediu-se que referissem todos os itens que lhes suscitassem dúvidas,

120 itens, avalia as diversas expectativas associadas com o consumo de álcool, através de uma escala dicotómica (Sim/Não). Refira-se que esta versão foi concebida para avaliar as expectativas relacionadas com o consumo de álcool em seis factores ou subescalas: mudanças globais positivas com a experiência de consumo; melhoria do desempenho sexual; aumento do prazer físico e social; assertividade social (afirmação num grupo); relaxamento e redução da tensão física; excitação ou reafirmação do poder interpessoal (sensação de liderança ou agressividade).

No que diz respeito à consistência interna é de referir que, segundo DeVellis (1991), esta apresentou, na maioria dos factores, valores “respeitáveis” e “muito bons”: α mudanças globais positivas com a experiência de consumo = 0,91; α melhoria do desempenho sexual = 0,72; α aumento do prazer físico e social = 0,78; α assertividade social (afirmação num grupo) = 0,87; α relaxamento e redução da tensão física = 0,79. No entanto, há a destacar o facto de o factor *excitação ou reafirmação do poder interpessoal* (α = 0,39) apresentar um valor de alpha de Cronbach “inaceitável” segundo DeVellis (1991). Contudo, este factor tem um número reduzido de itens, o que faz baixar os valores de consistência interna. Face ao valor encontrado, seria recomendado aperfeiçoar este factor.

Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT)

Para a avaliação das consequências do consumo de álcool, foi utilizada uma versão traduzida para português do *Alcohol Use Disorders Identification Test*⁵ (AUDIT, Saunders, Aasland, Barbor, De La Fuente, & Grant, 1993). Este instrumento foi construído para identificar o consumo de risco e os problemas associados a este consumo excessivo. De referir que, para além da obtenção da pontuação total do teste, é possível obter pontuações para cada uma das 4 escalas (i.e., consumo de álcool, comportamento relacionado com o consumo de álcool, reacções psicológicas adversas e problemas relacionados com o álcool).

De notar que devido à fraca consistência interna obtida nas escalas comportamento relacionado com o consumo de álcool, reacções psicológicas adversas e problemas relacionados com o álcool estas não foram incluídas na análise dos resultados. Deste modo, neste estudo, foi apenas utilizado o

bem como parafrasear alguns dos itens com o objectivo de se entender se o significado atribuído era realmente o pretendido.

⁵ Os resultados obtidos no AUDIT foram utilizados na identificação de *consumidores de risco* (pontuação igual ou superior a 8) e *sem ser de risco* (pontuação inferior a 8). Para além disto, os resultados deste teste permitiram o estabelecimento de quatro níveis ou zonas de risco: *nível 1* (pontuação de 0-7), *nível 2* (pontuação de 8-15), *nível 3* (pontuação de 16-19), *nível 4* (pontuação de 20-40) (Allen, Litten, Fertig & Babor, 1997).

resultado total obtido ($\alpha = 0,83$) e o resultado na sub-escala *consumo de álcool* ($\alpha = 0,85$).

The Brief Young Adult Alcohol Consequences Questionnaire (B-YAACQ)

Neste estudo, foi utilizada uma versão traduzida para português do *The Brief Young Adult Alcohol Consequences Questionnaire* (B-YAACQ) (Kahler, Strong, & Read, 2005). De referir que o B-YAACQ é um dos instrumentos mais utilizados na avaliação das consequências do consumo de álcool em jovens estudantes universitários (Kahler et al., 2005). Tal utilização deve-se fundamentalmente ao facto de neste instrumento as consequências relacionadas com o consumo de álcool estarem representadas num *continuum* que vai desde sinais de um consumo excessivo até aos sintomas indicadores do abuso e dependência de álcool (Kahler et al., 2005). Refira-se, por fim, que o B-YAACQ é constituído por 24 itens, numa escala de resposta dicotómica (Sim ou Não).

Daily Drinking Questionnaire - Revised (DDQ-R)

Para proceder à avaliação do uso de álcool foi utilizado uma versão revista do *Daily Drinking Questionnaire – Revised* (DDQ; Collins, Parks & Marlatt, 1985). Este é constituído por questões sobre peso, altura, consumo de bebidas numa semana típica nos últimos 30 dias e o consumo de bebidas alcoólicas numa semana de maior consumo nos últimos 30 dias. Para além destas questões, os sujeitos foram inquiridos acerca da quantidade média de bebidas consumidas nos últimos 30 dias, o maior número de bebidas ingeridas nos últimos 30 dias, o tempo despendido nesse consumo e o número de vezes em que consumiram 4 ou mais ou 5 ou mais bebidas.

Para além da utilização do DDQ-R, para análise da variável uso de álcool foi, também, utilizada a sub-escala consumo de álcool (i.e., com que frequência consome bebidas alcoólicas, com que frequência consome seis ou mais bebidas alcoólicas numa ocasião) do *Alcohol Use Disorders Identification Test* (AUDIT, Saunders et al., 1993).

3. Procedimento

Para proceder à recolha dos dados foi utilizado um modo misto. Especificando, alguns dos sujeitos responderam à bateria de questionários *online* e outros em papel. Assim, no que diz respeito ao primeiro caso, os sujeitos foram contactados através do seu *e-mail* institucional e convidados a

responder à bateria de questionários *online*. Este procedimento garantia a confidencialidade e o anonimato dos dados fornecidos.

A par deste modo de recolha de dados, procedeu-se a uma recolha em contexto de sala de aula. Assim, foi pedida autorização aos directores (as) das diversas Faculdades da Universidade de Coimbra. Em seguida, nas Faculdades em que se obteve parecer favorável, foram contactados os docentes de algumas unidades curriculares que disponibilizaram algum tempo da sua aula para a administração dos questionários. Note-se que, neste caso, os sujeitos responderam à bateria de questionários na presença de pelo menos um dos investigadores.

Em ambos os casos, foi sempre indicado o objectivo do estudo e referido o facto de a participação ser voluntária e de os dados serem tratados de acordo com as regras éticas e científicas características de estudos desta natureza (American Psychological Association, 2002). Foi, ainda, mencionado o tempo aproximado de aplicação da bateria de questionários (20 a 30 minutos). Saliente-se que, sempre que foi solicitado, os investigadores responderam às questões/dúvidas apresentadas pelos sujeitos inquiridos. Refira-se, por fim, que os dados foram recolhidos de Fevereiro a Abril de 2010, não coincidindo com a época de exames nem com nenhuma festa académica.

IV. Resultados

1. Estudo descritivo do consumo de álcool e das consequências associadas

Tal como referido na caracterização da amostra, neste estudo participaram 654 estudantes da Universidade de Coimbra. Destes estudantes, 90,4% consomem álcool com alguma frequência. Apenas 9,6% revelaram não consumir bebidas alcoólicas (cf. Tabela 9).

Relativamente à análise do consumo considerado de risco, é possível constatar que 63,2% são identificados como consumidores sem risco (pontuações no AUDIT < 8). Por outro lado, 36,8% dos estudantes que constituem a amostra deste estudo poderão ser incluídos na categoria de consumidores com risco (pontuações no AUDIT > 8) (cf. Tabela 9).

Ainda a propósito do consumo de risco, considerou-se relevante perceber qual o nível de risco dos sujeitos que constituem a amostra. Assim, através das pontuações do AUDIT, tornou-se possível distribuir os sujeitos por quatro níveis ou zonas de risco. Deste modo, no primeiro nível (pontua-

ções no AUDIT 0 - 7) incluem-se 66,5% dos estudantes, neste caso, a estratégia de intervenção mais adequada é o fornecimento de informações sobre o álcool. Da amostra total, 27,5% encontram-se no segundo nível (pontuações no AUDIT 8 - 15). Aqui, as intervenções do tipo psicoeducativo são aquelas que mais se adequam. No nível três (pontuações no AUDIT 16 - 19) encontram-se 3,7% dos estudantes, neste caso o mais adequado é a combinação de estratégias psicoeducativas, aconselhamento breve e monitorização. Por fim, apenas 2,3% dos sujeitos se incluem no nível quatro (pontuações no AUDIT 20 - 40), ou seja, apenas estes deverão ser encaminhados para um especialista no sentido de serem avaliados e submetidos a um tratamento (cf. Tabela 9).

Tabela 9. Caracterização da amostra quanto ao consumo de álcool, consumo de risco e níveis de risco.

	%
Consumidores de álcool	
Sim	90,4
Não	9,6
Total	100,0
Consumidor de risco	
Sim (AUDIT > 8)	36,8
Não (AUDIT < 8)	63,2
Total	100,0
Níveis de risco	
Nível 1 (AUDIT 0 - 7)	66,5
Nível 2 (AUDIT 8 - 15)	27,5
Nível 3 (AUDIT 16 - 19)	3,7
Nível 4 (AUDIT 20 - 40)	2,3
Total	100,0

De acordo com os dados apresentados na Tabela 10, os sujeitos que constituem a amostra consomem, em média, numa semana considerada normal, cerca de 8 bebidas ($M = 7,97$; $DP = 12,97$).

Tabela 10. Médias e desvios-padrão para as variáveis de consumo de álcool.

Variáveis	Amostra total (N = 654)	
	M	DP
Quantidade / frequência do consumo de álcool	4,16	3,04
Quantidade de bebidas semana normal	7,94	12,97
Quantidade de bebidas semana de maior consumo	12,56	17,12
Quantidade de bebidas nos últimos 30 dias	4,05	4,34
Maior número de bebidas nos últimos 30 dias	6,17	6,40
Número de ocasiões de <i>binge drinking</i>	1,05	1,58

Quando questionados acerca da quantidade de bebidas consumidas numa semana de maior consumo, os sujeitos declaram que, em média, consomem 12,56 bebidas ($DP = 17,12$). Para além disto, é importante

realçar que os sujeitos foram inquiridos sobre o número de ocasiões, nas duas semanas anteriores, em que consumiram 4 ou mais bebidas, no caso de pertencerem ao sexo feminino, e 5 ou mais bebidas no caso de pertencerem ao sexo masculino. De acordo com os resultados obtidos, os sujeitos revelaram que, em média, nas duas semanas anteriores, envolveram-se em uma ocasião considerada de *binge drinking*.

Pode-se, ainda, salientar que o padrão de consumo dos estudantes numa semana considerada normal (Figura 2) e numa semana de maior consumo (Figura 3).

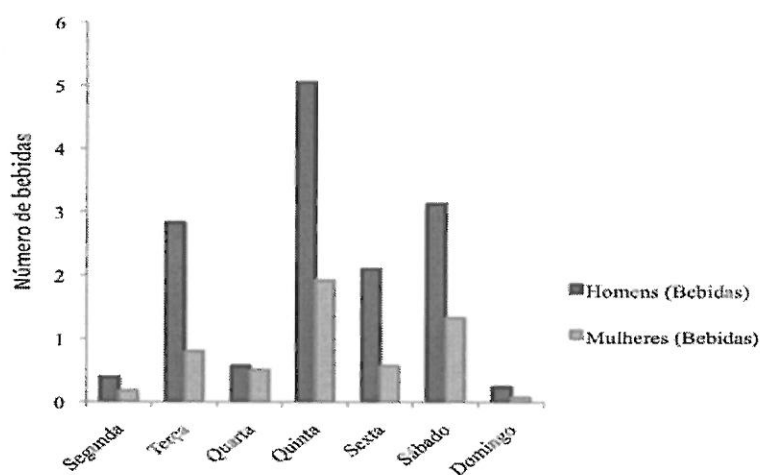


Figura 2: Número de bebidas nos vários dias da semana (normal).

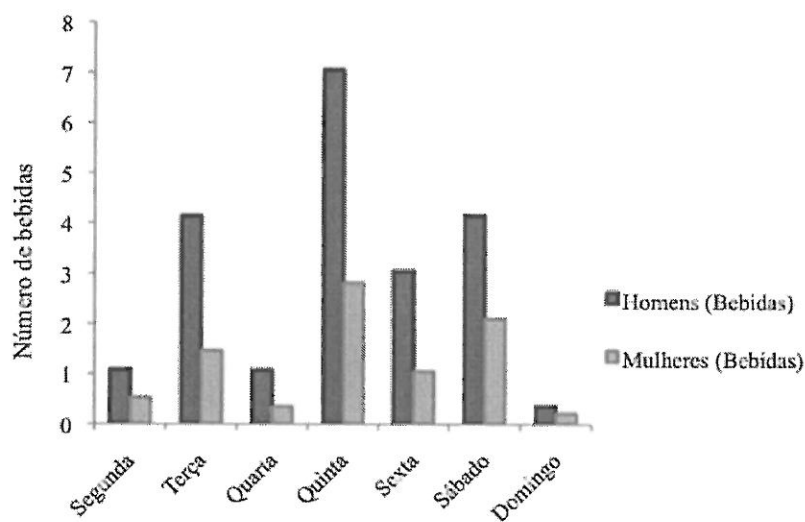


Figura 3. Número de bebidas nos vários dias da semana (maior consumo).

Verifica-se que, em ambos os casos, são os homens que consomem um maior número de bebidas alcoólicas. Para além disto, através das figuras 2 e 3 é possível identificar que os sujeitos, tanto do sexo masculino como do sexo feminino, consomem mais a determinados dias da semana (e.g., terças-feiras, quintas-feiras e sábados).

Na Tabela 11 são apresentadas as frequências, em percentagem, das consequências relacionadas com o álcool nos sujeitos que constituem a amostra. No último ano, mais de metade dos estudantes sentiram ressaca (63,1%), ou aumento da sensação de cansaço/diminuição da energia (59,2%), devido ao consumo excessivo de bebidas alcoólicas. Os dados obtidos revelam, também, que 20,0% dos sujeitos correram riscos desnecessários, 23,6% cometeram actos impulsivos e 17,9% ficaram inconscientes após experiências de consumo de álcool em excesso. Para além disto, 29,0% dos estudantes faltaram às aulas ou ao trabalho por causa de um consumo exagerado, ressaca ou alguma doença provocada pelo álcool e 14,5% sentiram que a qualidade do seu desempenho no trabalho ou nos estudos foi prejudicada por causa da bebida.

Tabela 11. Distribuição dos itens do *The Brief Young Adult Alcohol Consequences Questionnaire* (B-YAACQ) em função da percentagem total de cada item.

Item	%
1. Sentir ressaca (v.g., dores de cabeça, enjoos)	63,1
2. Correr riscos desnecessários	20,0
3. Incapacidade em se lembrar do que fez	23,9
4. Diminuição do desempenho no trabalho ou nos estudos	14,5
5. Aumento da sensação de cansaço ou diminuição da energia	59,2
6. Envolvimento em situações sexuais indesejadas	6,6
7. Beber em excesso quando não planeado	31,0
8. Aparência física alterada	8,1
9. Fazer ou dizer coisas embaraçosas	41,4
10. Enjoos ou vômitos depois de consumir álcool em excesso	44,8
11. Faltar a compromissos académicos ou de trabalho	29,0
12. Cometer actos impulsivos que lamenta mais tarde	23,6
13. Aumentar de peso	6,0
14. Acordar num local inesperado	5,7
15. Passar demasiado tempo a beber	4,4
16. Não se sentir bem consigo próprio	5,2
17. Criar problemas de relacionamento com companheiro, pais ou outros familiares	2,8
18. Consumir logo ao levantar	0,3
19. Conduzir sob o efeito do álcool	17,0
20. Negligenciar obrigações familiares, de trabalho ou académicas por causa da bebida	9,8
21. Dificuldade em controlar a quantidade de álcool consumida	13,5
22. Ficar inconsciente de tanto beber	17,9
23. Tornar-se rude, detestável ou insultuoso	5,8
24. Tolerância ao álcool	21,0

Outro dado relevante é o facto de, no último ano, 17,0% dos sujeitos terem conduzido após um consumo de bebidas alcoólicas em excesso. Dos sujeitos que constituem a amostra, 6,6% já se envolveram em relações sexuais que mais tarde lamentaram, dado este que merece ser destacado.

Por fim, 21,0% dos sujeitos descobriram que precisavam de beber uma maior quantidade de álcool para conseguirem sentir algum efeito, sinal de que poderão estar a desenvolver tolerância ao álcool.

2. Estudo diferencial

Neste estudo, recorreu-se à análise da variância entre grupos (ANOVA TWO-WAY) para verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas nas variáveis do estudo (i.e., motivos de consumo, expectativas relativas ao consumo, consequências e consumo de álcool) em função do sexo e dos ciclos de estudo.

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 12 encontraram-se diferenças estatisticamente significativas em função do sexo nas seguintes variáveis: motivos de intensificação, $F(1, 641) = 18,14, p < 0,001$; motivos de conformidade, $F(1, 644) = 3,39, p = 0,021$; motivos sociais, $F(1, 641) = 16,43, p < 0,001$; expectativas de mudanças globais positivas, $F(1, 627) = 8,81, p = 0,003$; expectativas de melhoria do desempenho sexual, $F(1, 632) = 8,50, p = 0,004$; expectativas de aumento do prazer físico e social, $F(1, 630) = 7,01, p = 0,008$; expectativas de assertividade social, $F(1, 629) = 5,96, p = 0,016$; expectativas de relaxamento e redução da tensão física, $F(1, 632) = 6,30, p = 0,012$; consequências relativas ao consumo, $F(1, 631) = 12,08, p = 0,001$ e consumo de álcool, $F(1, 643) = 18,84, p < 0,001$.

Acresce que, tal como pode ser observado a partir da Tabela 13, em todas estas variáveis os sujeitos do sexo masculino apresentam médias mais elevadas que os sujeitos do sexo feminino.

Refira-se, ainda, que os resultados encontrados apontam para a existência de diferenças estatisticamente significativas na variável motivos de *coping*, $F(2, 642) = 3,17, p = 0,043$, em função do ciclo de estudos. A comparação *post hoc* com o recurso ao teste LSD (*Least significant difference*) indica que a média dos sujeitos do 2.º ciclo ($M = 8,14, DP = 3,79$) é estatisticamente diferente da média dos sujeitos do 3.º ciclo de estudos ($M = 6,46, DP = 2,24$) (cf. Tabela 13).

Por fim, é de salientar que não foram encontrados efeitos de interacção estatisticamente significativos do sexo e do ciclo de estudos nas variáveis em estudo (cf. Tabela 12).

Tabela 12. Análise da variância para as variáveis do estudo em função do sexo e do ciclo de estudos.

Variáveis	df	Ms	F	Post hoc
Motivos de coping				
Sexo	1	19,51	1,61	
Ciclo de estudos	2	38,36	3,17*	2.º C > 3.º C
Sexo x Ciclo	2	0,83	0,70	
Motivos de intensificação				
Sexo	1	462,98	18,14**	M > F
Ciclo de estudos	2	76,87	3,01	
Sexo x Ciclo	2	8,66	0,34	
Motivos de conformidade				
Sexo	1	27,31	5,39*	M > F
Ciclo de estudos	2	4,16	0,82	
Sexo x Ciclo	2	0,50	0,10	
Motivos sociais				
Sexo	1	436,16	16,43**	M > F
Ciclo de estudos	2	72,22	2,72	
Sexo x Ciclo	2	4,88	0,18	
Mudanças globais positivas				
Sexo	1	317,60	8,81**	M > F
Ciclo de estudos	2	28,41	0,79	
Sexo x Ciclo	2	11,23	0,31	
Melhoria do desempenho sexual				
Sexo	1	17,51	8,50**	M > F
Ciclo de estudos	2	0,96	0,47	
Sexo x Ciclo	2	0,99	0,48	
Aumento do prazer físico /social				
Sexo	1	39,45	7,01**	M > F
Ciclo de estudos	2	11,43	2,03	
Sexo x Ciclo	2	1,55	0,28	
Assertividade social				
Sexo	1	68,32	5,86**	M > F
Ciclo de estudos	2	27,52	2,36	
Sexo x Ciclo	2	3,60	0,31	
Relaxamento/redução da tensão				
Sexo	1	41,39	6,30*	M > F
Ciclo de estudos	2	14,24	2,18	
Sexo x Ciclo	2	6,87	1,05	
Consequências				
Sexo	1	223,59	12,08**	M > F
Ciclo de estudos	2	50,31	2,72	
Sexo x Ciclo	2	4,97	0,27	
Consumo de álcool				
Sexo	1	116,69	18,84**	M > F
Ciclo de estudos	2	4,50	2,06	
Sexo x Ciclo	2	4,50	0,53	

* $p < 0,05$

** $p < 0,01$

Tabela 13. Médias e desvios-padrão para as variáveis do estudo em função da variável sexo e ciclo de estudos.

VARIÁVEIS	AMOSTRA TOTAL (N=654)						MASCULINO (N=209)						FEMININO (N=444)											
	1.º ciclo		2.º ciclo		3.º ciclo		Total		1.º ciclo		2.º ciclo		3.º ciclo		Total		1.º ciclo		2.º ciclo		3.º ciclo		Total	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Coping	7,75	3,44	8,14	3,79	6,46	2,24	7,78	3,50	8,29	3,58	8,71	3,78	6,67	2,23	8,27	3,56	7,45	3,33	7,98	3,79	6,31	2,30	7,56	3,45
Intensificação	10,31	5,14	10,81	5,53	9,26	4,31	10,39	5,21	11,99	5,53	13,50	5,41	11,25	5,07	12,19	5,50	9,39	4,67	10,09	5,35	7,81	3,04	9,54	4,84
Conformidade	6,08	2,18	6,28	2,39	6,54	3,07	6,15	2,28	6,63	6,86	6,77	3,08	7,00	3,28	6,67	2,79	5,78	1,76	6,14	2,17	6,19	5,76	5,90	1,94
Sociais	12,00	5,46	12,69	5,17	11,86	4,86	12,17	5,36	14,11	2,71	15,51	4,20	13,17	5,56	14,28	5,33	10,86	5,08	1,91	5,15	10,88	2,97	11,16	5,08
Mudanças globais positivas	35,16	6,28	34,57	5,74	34,07	6,75	34,96	6,16	37,32	5,52	36,71	5,14	35,08	8,04	37,08	6,67	33,97	5,60	34,00	5,77	33,31	4,18	33,95	5,64
Melhoria desempenho sexual	7,97	1,44	7,97	1,51	7,73	1,53	7,96	1,46	8,42	1,66	8,29	1,54	8,17	2,08	8,38	1,66	7,72	1,24	7,88	1,49	7,44	0,89	7,76	1,31
Aumento prazer social e físico	14,19	2,52	14,48	2,17	14,07	2,07	14,26	2,42	14,89	2,51	15,43	1,85	14,33	1,72	14,95	2,37	13,81	2,45	14,22	2,18	13,88	2,33	13,93	2,37
Assertividade social	16,06	3,46	15,78	3,57	14,79	3,27	15,93	3,48	17,08	3,42	16,97	3,26	15,08	3,40	16,94	3,41	15,50	3,35	15,45	3,60	14,56	3,27	15,45	3,42
Relax. ou redução da tensão física	12,98	2,64	12,95	2,43	12,25	2,86	12,94	2,60	13,57	2,42	14,20	2,15	12,42	2,47	13,61	2,40	12,65	2,70	12,00	2,40	12,13	3,20	12,62	2,63
Consequências	28,60	4,42	28,99	4,29	27,60	4,95	28,66	4,41	29,92	4,95	31,11	4,23	28,90	5,51	30,07	4,87	27,89	3,93	28,41	4,14	26,73	4,53	28,00	4,02
Consumo de álcool	4,24	3,16	3,99	2,74	3,32	2,50	4,14	3,04	5,57	3,34	5,40	2,86	3,83	1,95	5,44	3,22	3,53	2,81	3,60	2,59	2,94	2,84	3,53	2,75

3. Estudos preditivos

Na Tabela 14 apresentam-se os coeficientes de correlação de Pearson⁶ para as variáveis contínuas. Através dos resultados obtidos verifica-se que a grande maioria das variáveis se encontram correlacionadas entre si, com exceção da variável ciclo de estudos.

As variáveis relativas aos motivos de consumo encontram-se significativamente correlacionadas de forma positiva com as expectativas relativas ao consumo de álcool. Aqui, há que destacar algumas das correlações mais fortes entre estas variáveis.

Deste modo, os motivos de *coping* apresentam-se correlacionados positivamente e de forma forte com as expectativas de mudanças globais positivas, $r = 0,579$, $n = 629$, $p < 0,001$ e com as expectativas de assertividade social, $r = 0,509$, $n = 630$, $p < 0,001$.

Por sua vez, os motivos sociais encontram-se mais fortemente correlacionados com as expectativas de aumento do prazer social e físico, $r = 0,677$, $n = 631$, $p < 0,001$, expectativas de mudanças globais positivas, $r = 0,608$, $n = 628$, $p < 0,001$, expectativas de assertividade social, $r = 0,584$, $n = 629$, $p < 0,001$, e com as expectativas de relaxamento e redução da tensão física, $r = 0,541$, $n = 633$, $p < 0,001$.

Relativamente aos motivos de intensificação, estes estão positivamente correlacionados, de forma elevada, com expectativas de aumento do prazer físico e social, $r = 0,641$, $n = 631$, $p < 0,001$, expectativas de mudanças globais positivas, $r = 0,559$, $n = 628$, $p < 0,001$, expectativas de relaxamento e redução da tensão física, $r = 0,535$, $n = 633$, $p < 0,001$, e com as expectativas de assertividade social, $r = 0,535$, $n = 629$, $p < 0,001$.

No que diz respeito à correlação entre os diferentes motivos de consumo e as consequências associadas, há que referir que todos eles se encontram correlacionados de forma positiva, na sua grande maioria de forma elevada. Assim, as correlações mais elevadas são aquelas que dizem respeito à relação dos motivos intensificação ($r = 0,650$, $n = 633$, $p < 0,001$), dos motivos sociais ($r = 0,625$, $n = 632$, $p < 0,001$) e dos motivos de *coping* ($r = 0,523$, $n = 634$, $p < 0,001$) com as consequências relativas ao consumo de álcool.

⁶ Para a interpretação dos coeficientes de correlação de Pearson foi utilizada a classificação sugerida por Cohen (1988): correlação inexistente - $r = 0,00$ a $r = 0,09$; correlação pequena - $r = 0,10$ a $r = 0,29$; correlação média - $r = 0,30$ a $r = 0,50$; correlação alta $r > 0,50$.

Tabela 14. Matriz de intercorrelações das variáveis em estudo.

VARIÁVEIS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Motivos de <i>coping</i>	—	0,354**	0,578**	0,548**	0,579**	0,358**	0,454**	0,509**	0,401**	0,523**	0,486**	-0,014
2. Motivos de conformidade		—	0,398**	0,291**	0,357**	0,237**	0,252**	0,294**	0,188**	0,327**	0,222**	0,151
3. Motivos sociais			—	0,810**	0,608**	0,432**	0,677**	0,584**	0,541**	0,625**	0,673**	0,035
4. Motivos de intensificação				—	0,559**	0,412**	0,641**	0,507**	0,535**	0,650**	0,688**	0,003
5. Mudanças globais positivas					—	0,657**	0,699**	0,811**	0,747**	0,583**	0,518**	-0,051
6. Melhorias desemp. sexual						—	0,434**	0,515**	0,457**	0,425**	0,399**	-0,019
7. Aumento prazer social e físico							—	0,679**	0,690**	0,596**	0,625**	0,029
8. Assertividade social								—	0,685**	0,512**	0,492**	-0,072
9. Relaxamento / redução da tensão física									—	0,555**	0,505**	-0,040
10. B-YAACQ total										—	0,742**	0,000
11. AUDIT consumo											—	-0,064
12. Ciclo de estudos												—

** p < 0,001

Também, as expectativas relativas ao consumo de álcool se encontram correlacionadas significativamente com as consequências. Aqui, os coeficientes de correlação mais elevados são os que relacionam as expectativas de aumento do prazer social e físico ($r = 0,596$, $n = 621$, $p < 0,001$), mudanças globais positivas ($r = 0,583$, $n = 618$, $p < 0,001$), relaxamento e redução da tensão física ($r = 0,555$, $n = 623$, $p < 0,001$) e assertividade social ($r = 0,512$, $n = 620$, $p < 0,001$) com as consequências.

Verifica-se, ainda, que todos os motivos e expectativas relativas ao consumo de álcool se encontram correlacionadas positivamente com o consumo de álcool. Sendo que dos quatro motivos aqueles que se correlacionam de forma mais elevada são os motivos intensificação ($r = 0,688$, $n = 644$, $p < 0,001$) e os motivos sociais ($r = 0,673$, $n = 644$, $p < 0,001$). Quanto às expectativas, aquelas que se correlacionam mais fortemente com o consumo de álcool são as expectativas de aumento do prazer social e físico ($r = 0,625$, $n = 633$, $p < 0,001$), expectativas de melhoria do desempenho sexual ($r = 0,518$, $n = 634$, $p < 0,001$) e expectativas de relaxamento e redução da tensão física ($r = 0,596$, $n = 635$, $p < 0,001$).

Por fim, tal como seria de esperar, o consumo de álcool apresenta uma correlação elevada com as consequências a ele associadas, $r = 0,742$, $n = 635$, $p < 0,001$.

3. 1. Variáveis preditoras do consumo de álcool

Para avaliar o valor preditivo dos motivos de consumo, expectativas e variáveis sócio-demográficas na variável consumo de álcool foram utilizadas análises de regressões múltiplas hierárquicas, agrupando as variáveis em três blocos: motivos de consumo, expectativas relativas ao consumo e sócio-demográficas (cf. Tabela 15).

De acordo com os dados que constam na Tabela 15, o primeiro bloco da função de regressão explica 52,1% da variância no consumo de álcool, $R^2 = 0,521$, $F(4,594) = 161,213$, $p < 0,01$. Constatou-se que, no segundo bloco, ao incluir-se as variáveis relativas às expectativas, a variância explicada aumenta para 55,7% ($R^2 = 0,557$), sofrendo um aumento de 3,7%, $\Delta R^2 = 0,037$, $F \text{ change}(9,589) = 9,766$, $p < 0,01$. Com a inclusão das variáveis sócio-demográficas (i.e., idade e sexo), no terceiro bloco, a variância explicada teve apenas um aumento de cerca de 1,9%, $\Delta R^2 = 0,019$, $F \text{ change}(11,587) = 13,505$, $p < 0,01$. A função, no seu conjunto, explica 57,7% da variância no consumo de álcool, $R^2 = 0,577$, $F(11,587) = 72,705$, $p < 0,01$. Neste sentido, as variáveis relativas aos motivos de consumo (bloco 1) são aquelas que possuem um maior poder explicativo da variância.

Tabela 15. Regressões múltiplas hierárquicas para o estudo das variáveis preditoras do consumo de álcool.

VARIÁVEIS	Bloco 1			Bloco 2			Bloco 3					
	B	SEB	T	β	B	SEB	T	β	B	SEB	T	β
Motivos de coping	0,093	0,032	-2,920	0,103**	0,091	0,033	2,803	0,102**	0,101	0,032	3,104	0,112**
Motivos de conformidade	-0,067	0,043	-1,571	-0,049	-0,050	0,042	-1,191	-0,036	-0,057	0,041	-1,385	-0,042
Motivos sociais	0,190	0,030	6,419	0,334**	0,128	0,030	4,230	0,226**	0,120	0,030	4,012	0,212**
Motivos de intensificação	0,221	0,030	7,391	0,372**	0,174	0,030	5,839	0,293**	0,159	0,029	5,452	0,269**
Mudanças globais positivas					-0,062	0,032	-1,915	-0,123	-0,070	0,032	-2,221	-0,140**
Melhoria desempenho sexual					0,213	0,078	2,752	0,103**	0,204	0,076	2,682	0,099**
Aumento prazer social e físico					0,290	0,059	4,952	0,232**	0,309	0,057	5,368	0,246**
Assertividade social					0,005	0,043	0,112	0,006	-0,005	0,042	-0,107	-0,005
Relaxam. ou redução da tensão física					0,083	0,054	1,542	0,072	0,086	0,053	1,632	0,074
Sexo									-0,886	0,185	-4,795	-0,137**
Idade									-0,058	0,026	-2,214	-0,061**
R^2				0,521				0,557				0,577
R^2 Adj.				0,517				0,550				0,569
F				161,213**				82,363**				72,705**
ΔR^2				0,521				0,037				0,019
F change				161,213**				9,766**				13,505**

**p < 0,01

Para determinar o valor preditivo de cada uma das variáveis incluídas em cada bloco procede-se, de seguida, à análise dos coeficientes de regressão estandardizados (valores de beta - β).

No primeiro bloco, os motivos de consumo são na sua maioria factores preditores do consumo de álcool. Dos motivos que se revelaram preditores do consumo de álcool, aqueles que têm maior peso na função de regressão são os motivos de intensificação ($\beta = 0,372, p < 0,01$), seguidos dos motivos sociais ($\beta = 0,334, p < 0,01$) e, por último, os motivos de *coping* ($\beta = 0,103, p < 0,01$).

Quando, no segundo bloco, são adicionadas as variáveis relativas às expectativas associadas ao consumo de bebidas alcoólicas, verifica-se que as expectativas de aumento do prazer físico e social ($\beta = 0,231, p < 0,01$) e de melhoria do desempenho sexual ($\beta = 0,103, p < 0,01$) também passam a assumir poder explicativo. De realçar que apesar da expressividade dos valores de beta dos motivos de *coping*, sociais e de intensificação ter diminuído, o valor preditivo destes motivos mantém-se estatisticamente significativo com a introdução das expectativas no segundo bloco.

Quando introduzidas, no terceiro bloco, as variáveis de natureza sócio-demográfica (i.e., sexo e idade) os valores preditivos, tanto dos motivos de consumo como das expectativas sofrem poucas alterações, mantendo-se estatisticamente significativos. Acrescente-se que, aquando a introdução das variáveis sócio-demográficas na equação de regressão, as expectativas de mudanças globais positivas, que não se tinham revelado estatisticamente significativas no segundo bloco, passam a ter um coeficiente de regressão estandardizado ($\beta = -0,149, p < 0,01$) com um valor estatisticamente significativo.

Registe-se que, tanto o sexo ($\beta = -0,137, p < 0,01$), como a idade ($\beta = -0,061, p < 0,01$) assumem poder explicativo da variável consumo de álcool. O sinal negativo no valor de beta da variável sexo revela que os sujeitos do sexo feminino apresentam valores inferiores de consumo de álcool. Do mesmo modo, o valor negativo do valor de beta da variável idade significa que os sujeitos mais velhos consomem menos álcool.

Quando todos os preditores (i.e., motivos de consumo, expectativas e variáveis sócio-demográficas) são adicionados na equação de regressão (bloco 3) torna-se possível averiguar o poder preditivo de cada uma das variáveis, sendo adequado ordená-las do seguinte modo: motivos de intensificação ($\beta = 0,269, p < 0,01$), expectativas de aumento do prazer social e físico ($\beta = 0,246, p < 0,01$), motivos sociais ($\beta = 0,212, p < 0,01$), expectativas de mudanças globais positivas ($\beta = -0,140, p < 0,01$), sexo ($\beta = -0,137, p < 0,01$), motivos de *coping* ($\beta = 0,112, p < 0,01$), expectativas de melhoria do desempenho sexual ($\beta = 0,099, p < 0,01$) e, por fim, a idade ($\beta = -0,061, p < 0,01$).

3.2. Variáveis preditoras das consequências associadas ao consumo de álcool

No sentido de avaliar o poder preditivo dos motivos de consumo, expectativas e variáveis sócio-demográficas nas consequências relacionadas com o consumo de álcool, utilizou-se uma análise de regressões múltiplas hierárquicas. Para tanto, tal como aconteceu na análise dos preditores do consumo de álcool, agruparam-se as variáveis em três blocos: motivos de consumo, expectativas relacionadas com o consumo de álcool e variáveis sócio-demográficas (i.e., idade e sexo) (cf. Tabela 16).

Assim, de acordo com os resultados apresentados na Tabela 16, o primeiro bloco (motivos de consumo) apresenta um poder explicativo da variância significativo de 47,6%, $R^2 = 0,476$, $F(4,584) = 132,606$, $p < 0,01$. No segundo bloco, ao incluir-se as variáveis relativas às expectativas, a variância explicada aumenta para 52,6% ($R^2 = 0,526$), sofrendo um aumento de 5,0%, $\Delta R^2 = 0,050$, $F \text{ change}(9,589) = 12,219$, $p < 0,01$. No que diz respeito às variáveis sócio-demográficas (bloco 3) é atribuído um poder explicativo da variância não significativo, $\Delta R^2 = 0,002$, $F \text{ change}(9,577) = 1,376$, $p = 0,245$.

Realce-se que, a função de regressão, no seu conjunto, explica 52,8% da variância nas consequências associadas ao consumo de álcool, $R^2 = 0,528$, $F(11,577) = 58,733$, $p < 0,01$. Neste sentido, tal como se verifica com no estudo dos preditores do consumo de álcool, as variáveis relativas aos motivos de consumo (bloco 1) são aquelas que explicam a maior parte da variância nas consequências relacionadas com o consumo de álcool.

No primeiro bloco, os motivos de consumo revelam-se factores preditores das consequências associadas ao consumo de álcool: motivos de intensificação ($\beta = 0,351$, $p < 0,01$), motivos sociais ($\beta = 0,221$, $p < 0,01$), motivos de *coping* ($\beta = 0,168$, $p < 0,01$) e motivos de conformidade ($\beta = 0,078$, $p < 0,01$).

Quando, no segundo bloco, são adicionadas as variáveis relativas às expectativas associadas ao consumo de bebidas alcoólicas, verifica-se que as expectativas relaxamento ou redução da tensão física ($\beta = 0,167$, $p < 0,01$) e de aumento do prazer social e físico ($\beta = 0,137$, $p < 0,01$) também passam a assumir poder explicativo. De realçar que apesar da expressividade dos valores de beta dos motivos intensificação e *coping* ter diminuído, o valor preditivo destes motivos mantém-se estatisticamente significativo com a introdução das expectativas. De notar que os motivos sociais, que se revelam como estatisticamente significativos no bloco anterior, deixam de apresentar um valor de beta estatisticamente significativo.

Tabela 16. Regressões múltiplas hierárquicas para o estudo das variáveis preditoras das consequências relacionadas com o consumo de álcool.

VARIÁVEIS	Bloco 1			Bloco 2			Bloco 3						
	B	SEB	T	B	SEB	T	B	SEB	T	B	SEB	T	β
Motivos de coping	0,214	0,048	4,499	0,167	0,048	3,472	0,131**	0,049	3,623	0,178	0,049	3,623	0,139**
Motivos de conformidade	0,151	0,064	2,369	0,162	0,062	2,624	0,084**	0,153	2,457	0,153	0,062	2,457	0,079*
Motivos sociais	0,178	0,044	4,015	0,088	0,045	1,954	0,109	0,081	1,796	0,081	0,045	1,796	0,101
Motivos de intensificação	0,295	0,045	6,597	0,218	0,044	4,935	0,259**	0,212	4,781	0,212	0,044	4,781	0,252**
Mudanças globais positivas				0,011	0,047	0,238	0,016	0,006	0,130	0,006	0,047	0,130	0,009
Melhoria desempenho sexual				0,199	0,115	1,724	0,067	0,186	1,610	0,186	0,116	1,610	0,063
Aumento prazer social e físico				0,245	0,087	2,824	0,137**	0,252	2,902	0,252	0,087	2,902	0,142**
Assertividade social				-0,038	0,064	-0,596	-0,031	-0,038	-0,588	-0,038	0,064	-0,588	-0,030
Relaxam. ou redução da tensão física				0,275	0,081	3,413	0,167**	0,276	3,423	0,276	0,081	3,423	0,168**
Sexo								0,000	0,009	0,000	0,041	0,009	0,000
Idade								-0,466	-1,658	-0,466	0,281	-1,658	-0,051
R^2													0,528
R^2 Adj.													0,519
F													58,733**
ΔR^2													0,002
F change													1,376

**p < 0,01

De acordo com os resultados apresentados no modelo global (bloco 3), as variáveis que apresentam um maior poder preditivo das consequências associadas ao consumo de álcool podem ser ordenadas por ordem decrescente: motivos de intensificação ($\beta = 0,252, p < 0,01$), expectativas de relaxamento ou redução da tensão física ($\beta = 0,168, p < 0,01$), expectativas de aumento do prazer social e físico ($\beta = 0,142, p < 0,01$), motivos de *coping* ($\beta = 0,139, p < 0,01$), e, por fim, motivos de conformidade ($\beta = 0,079, p < 0,01$).

V. Discussão

Antes de mais, importa fazer referência a alguns dos dados mais relevantes da caracterização da amostra quanto ao consumo de álcool. Com efeito, através dos resultados obtidos verifica-se que a percentagem de sujeitos que consome álcool é bastante elevada (90,4%). Trata-se, de facto, de um valor concordante com os dados publicados em estudos anteriores (Cox et al., 2006; Demers et al., 2002; Lyvers, et al., 2010; Weschler & Nelson, 2008). Tal percentagem evidencia a elevada prevalência do consumo de álcool entre os estudantes universitários que constituem a amostra.

A ideia de que o consumo de álcool em estudantes universitários é caracterizado como excessivo (de risco) tem sido referida por diversos autores (Demers et al., 2002; O'Malley & Johnston, 2002). De assinalar é o facto de os resultados obtidos apoiarem esta ideia, visto que a percentagem de consumidores de risco é de 36,8%.

Este estudo vem também evidenciar a existência de inúmeras consequências associadas ao consumo de álcool, destacando-se, aqui, os sintomas de ressaca (63,1%) e o cansaço ou diminuição de energia (59,2%) e, conseqüentemente, menor desempenho académico (14,3%). Note-se que os dados obtidos revelam que cerca de 17% dos estudantes já conduziram alcoolizados, no último ano. Ora, esta percentagem, apesar de inferior à encontrada num estudo desenvolvido pelo *Centers for Disease Control and Prevention National College Risk Behavior Survey* (38,9%) (Beck et al., 2008), é preocupante. De realçar ainda a percentagem (6,6%) de estudantes que, devido ao consumo excessivo de álcool, já se envolveram em relações sexuais das quais depois se arrependem. Este comportamento de risco poderá estar na origem, por exemplo, de gravidezes indesejadas e de doenças sexualmente transmissíveis (Lyvers et al., 2010).

A primeira das hipóteses colocadas no presente estudo foi confirmada parcialmente. Na verdade, foram encontradas diferenças nas variáveis em estudo em função do sexo, sendo que são os homens que apresentam

médias superiores em todas as variáveis: motivos de consumo, expectativas relativas ao consumo de álcool, consumo de álcool e consequências associadas. Trata-se de um resultado concordante com os obtidos em estudos anteriores (O'Malley & Johnston, 2002). É interessante notar que os estudantes do 3.º Ciclo bebem menos por motivos de *coping* do que os estudantes do 2.º Ciclo. É possível que este resultado esteja relacionado com o facto de terem já adquirido estratégias mais adequadas para lidar com as emoções negativas, não necessitando de consumir álcool para o fazer.

Um outro dado importante é que, de acordo com a análise dos coeficientes de correlação de Pearson, os motivos de consumo se encontram relacionados de forma positiva com as expectativas relativas ao consumo. Tal facto parece estar, mais uma vez, de acordo com a literatura (Agrawal et al., 2007, Kunstsche et al., *in press*).

Tal como se conjecturou na segunda hipótese, os motivos de consumo apresentam um maior valor preditivo do consumo de álcool (52,1% da variância) que as expectativas (3,7% da variância) e que as variáveis sócio-demográficas (1,9% da variância). Estes resultados parecem ir ao encontro da ideia segundo a qual os motivos que levam os sujeitos a consumir assumem um importante papel na tomada de decisão de consumir ou não (Cooper, 1994; Read, Wood, Kahler, Maddock, & Paifail, 2003).

Como seria de esperar face aos resultados anteriores, a terceira hipótese deste estudo foi confirmada, visto que são os motivos de consumo que se apresentam como os melhores preditores das consequências relacionadas com o consumo de álcool.

Através de uma análise mais detalhada, verificou-se que, de todos os motivos de consumo, aqueles que se revelam como melhores preditores do consumo de álcool são os motivos de intensificação (i.e., beber para intensificar positivamente o humor). Este dado está de acordo com alguns estudos (Lyvers et al., 2010; Kuntsche, et al., 2005), que indicam que estes motivos são aqueles que se encontram mais fortemente associados a um consumo excessivo de álcool por parte dos estudantes universitários. Por outro lado, constatou-se que, de todas as expectativas, as de aumento do prazer social e físico revelaram ser o melhor preditor do consumo de álcool. Este último resultado não se encontra concordante com os dados encontrados em estudos anteriores (Brown, 1985) que defendiam ser as expectativas de redução da tensão aquelas que se constituíam como os melhores preditores do consumo de álcool.

Segundo Read e colaboradores (2003) são os motivos de *coping* que estão associados a um maior número de consequências ligadas ao álcool. No entanto, os resultados das análises efectuadas no presente estudo mostram que são os motivos de intensificação que se apresentam como os melhores

preditores das consequências relacionadas com o consumo de álcool. Registe-se, por fim, que, de todas as expectativas, aquelas que apresentam maior valor preditivo das consequências relacionadas com o álcool são as que dizem respeito às expectativas de relaxamento e redução da tensão física.

VI. Conclusão

Os resultados do presente estudo indicam que os motivos são os melhores preditores do consumo de álcool e das consequências associadas, apesar das expectativas também explicarem alguma variância do consumo e das consequências associadas. Por outro lado, as expectativas também se encontram relacionadas com os motivos de consumo. No entanto, por não se tratar de objectivo deste estudo, ficou por avaliar se as expectativas precedem a motivação para consumir álcool, assumindo-se como preditores dos motivos de consumo. Ora, de acordo com o *Modelo Motivacional do Consumo de Álcool* (Cooper, 1994; Cox & Klinger, 1988; 1990) as expectativas são preditores dos motivos de consumo e estes últimos, por sua vez, predizem o consumo de álcool. Face a tanto, justifica-se que, no futuro, com amostras de estudantes do Ensino Superior, se estude o papel desempenhado pelos motivos na relação entre as expectativas e o consumo de álcool e consequências relacionadas com este mesmo consumo (Cooper, *et al.*, 1995; Kuntsche, *et al.*, *in press*).

Seja como for, a pertinência deste estudo está no fornecimento de informações quer acerca do consumo de álcool e consequências associadas, quer sobre as relações que estes últimos (i.e., consumo de álcool e consequências associadas ao consumo) estabelecem com as expectativas e com os motivos de consumo. Estes resultados fornecem dados relevantes para o desenvolvimento de estratégias de prevenção que se espera sejam eficazes e mais adaptadas aos estudantes universitários.

Tendo em conta os resultados obtidos nas análises de regressões múltiplas hierárquicas, para a redução do consumo de álcool e das suas consequências, a intervenção deverá basear-se na prevenção do desenvolvimento de expectativas de aumento do prazer social e físico, bem como de expectativas de relaxamento e redução da tensão física. Contudo, as estratégias deverão ser desenhadas principalmente para intervir ao nível dos motivos de intensificação. Por fim, a título exemplificativo, uma das estratégias que poderão ser implementadas seria o desenvolvimento de actividades alternativas, que conseguissem cumprir as mesmas necessidades (e.g., redu-

ção da tensão física; relaxamento; prazer físico e social; intensificação positiva do humor), mas que fossem incompatíveis com o consumo de álcool.

Bibliografia

- Agrawal, A., Dick, D. M., Bucholz, K. K., Madden, P. A. F., Cooper, M. L., Sher, K. J., & Heath, A. C. (2007). Drinking expectancies and motives: a genetic study of young adult women. *Addiction, 103*, 194-204. doi: 10.1111/j.1360-0443.2007.02074.x
- Allen, J. P., Litten, R. Z., Fertig, J. B., & Babor, T. (1997). A review of research on the Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT). *Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 21*, 613-619. doi: 10.1111/j.1530-0277.1997.tb03811.x
- American Psychological Association (2002). Ethical principles of psychologists and code of conduct. *American Psychologist, 57*, 1060-1073. doi:10.1037//0003-066X.57.12.1060
- Baer, J. S. (2002). Student factors: Understanding individual variation in college drinking. *Journal on Studies on Alcohol and Drugs, 14*, 40-53.
- Beck, K. H., Arria, A. M., Caldeira, K. M., Vicent, K. B., O'Grady, K. E., & Wish, E. D. (2008). Social context of drinking and alcohol problems among college students. *American Journal of Health Behavior, 32*(4), 420-430.
- Billingham, R. E., Parrilo, A. V., & Gross, W.C. (1993). Reasons given by college students for drinking: A discriminant analysis investigation. *International Journal of the Addictions, 28*, 793-802. doi:10.3109/10826089309062173
- Bradley, J. R., Carman, R. S., & Petree, A. (1992). Personal and social drinking motives, family drinking history, and problems associated with drinking in two university samples. *Journal of Drug Education, 22*, 195-202.
- Brennan, A. F., Walfish, S., & AuBuchon, P. (1986). Alcohol use and abuse in college students: I. A review of individual and personality correlates. *International Journal of the Addictions, 21*, 449-474. doi:10.3109/10826088609083536
- Brown, S. A. (1985). Expectancies versus background in the prediction of college drinking patterns. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 53*, 512-519. doi: 10.1037/0022-006X.53.1.123
- Brown, S. A., Christiansen, B. A., & Goldman, M. S. (1987). The Alcohol Expectancy Questionnaire: An instrument for the assessment of adolescent and adult alcohol expectancies. *Journal of Studies on Alcohol, 48*, 483-491.

- Carey, R. M., & Carey, M. P. (1995). Reasons for drinking among psychiatric outpatients: relationships with drinking patterns. *Psychology of Addictive Behaviors, 9*, 251-257.
- Carvalho, F. N. (2010). *Hábitos alcoólicos dos estudantes do Mestrado Integrado em Medicina da Universidade da Beira Interior*. Dissertação de Mestrado não publicada. Faculdade de Ciências da Saúde, Universidade da Beira Interior.
- Cohen, J. W. (1998). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Collins, R., Parks, G., & Marlatt, A. (1985). Social determinants of alcohol consumption: The effects of social interaction and model status on the self-administration of alcohol. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 53*, 189-200. doi:10.1016/j.physleth.2003.10.071
- Cooper, M. L. (1994). Motivations for alcohol use among adolescents: Development and validation of a four-factor model. *Psychological Assessment, 6*, 117-128. doi:10.1037/1040-3590.6.2.117
- Cooper, M. L., Frone, M. R., Russel, M., & Mudar, P. (1995). Drinking to regular positive and negative emotions: A motivational model of alcohol use. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*, 990-1005.
- Cox, W. M., & Klinger, E. (1988). A Motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology, 97*, 168-180.
- Cox, W. M., & Klinger, E. (1990). Incentive motivation, affective change, and alcohol use: A Model. In W. M. Cox (Ed.), *Why People Drink. Parameters of Alcohol as a Reinforcer* (pp.291-314). New York: Gardner Press.
- Cox, W. M., & Klinger, E. (2004). A motivacional model of alcohol use: Determinants of use and change. In W. M. Cox, & E. Klinger (Eds.), *Handbook of motivational counseling: Concepts, approaches, and assessment* (pp.121-138). West Sussex, England: John Wiley and Sons.
- Cox, W. M., Hosier, S. G., Crossley, S., Kendall, B., & Roberts, K. L. (2006). Motives for drinking, alcohol consumption, and alcohol-related problems among British secondary-school and university students. *Addictive Behaviors, 31*, 2147-2157. doi: 10.1016/j.physleth.2003.10.071
- Demers, A., Kairouz, S., Adlaf, E. M., Gliksman, L., Newton-Taylor, B., & Marchand, A. (2002). Multilevel analysis of situational drinking among Canadian undergraduates. *Social Science, & Medicine, 55*, 415-424. doi: 10.1016/j.physleth.2003.10.071
- DeVellis, R. F. (1991). *Scale development: Theory and applications*. London: Sage Publications.
- Engels, R. C., Wiers, R., Lemmers, L., & Overbeek, G. (2005). Drinking motives, alcohol expectancies, self-efficacy, and drinking patterns. *Journal of Drug Education, 35*(2), 147-166.

- Gire, J. T. (2002). A cross-national study of motives for drinking alcohol. *Substance Use and Misuse, 37*(2), 215-223.
- Goldsmith, A. A., Tran, G. Q, Smith, J. P., & Howe, S. R. (2009). Alcohol expectancies and drinking motives in college drinkers: Mediating effects on relationship between generalized anxiety and heavy drinking in negative-affect situations. *Addictive Behaviors, 34*, 505-513. doi: 10.1016/j.physletb.2003.10.071
- Ham, L. S., & Hope, D. A. (2003). College students and problematic drinking: A review of the literature. *Clinical Psychology Review, 23*, 719-759. doi:10.1016/j.physletb.2003.10.071
- Handen, T. L., & Edmundson, E. W. (1991). Personal and social motivations as predictors of substance use among college students. *Journal of Drug Education, 21*, 303-312.
- Hingson, R. W., Zha, W., & Weitzman, E. R. (2009). Magnitude of and trends in alcohol-related mortality and morbidity among U.S. college students ages 18-24, 1998-2005. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs, 16*, 12-20.
- Hingson, R. W, Heeren, T., Zakocs R. C., Kopstein, A., & Wechsler, H. (2002). Magnitude of alcohol-related mortality and morbidity among U.S. college students ages 18-24. *Journal of Studies on Alcohol, 63*(2), 136-144.
- Hittner, J. B. (1997). Alcohol-related outcome expectancies: construct overview and implications for primary and secondary prevention. *The Journal of Primary Prevention, 17*(3), 297-314. doi: 10.1007/BF02248533
- Jorge, A., & Ferreira, J. A. (2007). Transição de alunos surdos para o ensino superior. *Revista Portuguesa de Pedagogia, 41*(3), 335-357.
- Kahler, C. W., Strong, D. R., & Read, J. P. (2005). Toward efficient and comprehensive measurement of the alcohol problems continuum in college students: The Brief Young Adult Alcohol Consequences Questionnaire. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 29* (7), 1180-1189. doi:10.1097/01.ALC.0000171940.95813.A5
- Kidorf, M., Sherman, M. F., Johnson, J. G., & Bigelow, G. E. (1995). Alcohol expectancies and changes in beer consumption of first-year college students. *Addictive Behaviors, 20*, 225-231. doi:10.1016/j.physletb.2003.10.071
- Kong, G., & Bergman, A. (2010). A motivacional model of alcohol use misuse in emerging adulthood. *Addictive Behaviors, 35*, 855-860. doi: 10.1016/j.addbeh.2010.06.005.
- Kuntsche, E., & Kuntsche, S. (2009). Development and Validation of the Drinking Motive Questionnaire Revised Short Form (DMQ-R-SF). *Journal of Clinical Child, & Adolescent Psychology, 38* (6), 899-908. doi:10.1080/15374410903258967.

- Kuntsche, E., Knibbe, R., Engels, R., & Gmel, G. (2007). Drinking motives as a mediators of the link between alcohol expectancies and alcohol use among adolescents. *Journal of Studies and Drugs*, *68*, 76-85.
- Kuntsche, E., Knibbe, R., Gmel, G., & Engels, R. (2005). Why do young people drink? A review of drinking motives. *Clinical Psychology Review*, *25*, 841-861. doi:10.1016/j.cpr.2005.06.002
- Kuntsche, E., Knibbe, R., Gmel, G., & Engels, R. (2006). Who drinks and why? A review of socio-demographic, personality, and contextual issues behind the drinking motives in young people. *Addictive Behaviors*, *31*, 1844-1857. doi: 10.1016/j.addbeh.2005.12.028
- Kuntsche, E., Wiers, R., Janssen, T., & Gmel, G. (in press). Same wording, distinct concepts? Testing differences between expectancies and motives in a mediation model of alcohol outcomes. *Experimental and Clinical Psychopharmacology*. doi: 10.1037/a0019724
- Leite, R., Silva, P., Breda, J., Frazão, H., & Pinto, A. (1998). Consumo de bebidas alcoólicas em estudantes da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra. *Boletim do Centro Regional de Alcoologia de Coimbra*, *2*(6), 14-16.
- Lyvers, M., Hasking, P., Hani, R., Rhodes, M., & Trew, E. (2010). Drinking motives and drinking behaviour among young adults. *Addictive Behaviors*, *35*(2), 116-122. doi:10.1016/j.physletb.2003.10.071
- Meilman, P. W., & Presley, C. A. (2005). The first experience and alcohol use. In M. L. Upcraft, J. N. Gardner, & B. O. Barefoot (Eds.), *Challenging and supporting the first-year student: a handbook for improving the first year of college* (pp. 445-466). San Francisco: Jossey-Bass.
- Mello, M. L., Barrias, J., & Breda, J. (2001). *Álcool e problemas ligados ao álcool em Portugal*. Lisboa: Direcção Geral da Saúde.
- O'Malley, P. M., & Johnston, L. D. (2002). Epidemiology of alcohol and other drug use among american college students. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, *14*, 23-39.
- Peuker, A. C., Fogaça, J., & Bizarro, L. (2006). Expectativas e beber problemático entre Universitários. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, *22*(2), 193-200.
- Read, J. P., Wood, M. D., Kahler, C. W., Maddock, J. E., & Paifal, T. P. (2003). Examining the role of drinking motives in college students alcohol use and problems. *Psychology of Addictive Behaviors*, *17* (1), 13-23.
- Saunders, J. B., Aasland, O. G., Babor, T. F., De La Fuente, J. R., & Grant, M. (1993). Development of the Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT): WHO Collaborative Project on Early Detection of Persons with Harmful Alcohol Consumption – II. *Addiction*, *88*, 791-804. doi:10.1016/j.physletb.2003.10.071

- Schulenberg, J. E., & Maggs, J. L. (2002). A developmental perspective on alcohol use and heavy drinking during adolescence and the transition to young adulthood. *Journal of studies on alcohol, 14*, 54-70.
- Silva, L. R., & Ferreira, J. A. (2007). Vivências pessoais, sociais e académicas dos estudantes em contexto do ensino superior: Contributos do autoconceito e do ambiente familiar. *Psychologica, 45*, 195-237.
- Simões, M. M. R. (2000). *Investigações no âmbito da aferição nacional do teste das Matrizes Progressivas Coloridas de Raven (MPCR)*. Lisboa: F. C. Gulbenkian/F.C.T.
- Weschler, H., & Nelson, T. F. (2008). What we have learned from the Harvard School of Public Health College Alcohol Study: Focusing attention on college student alcohol consumption and the environmental conditions that promote it. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs, 69*, 481-490.
- White, A. M., Kraus, C. L., & Swartzwelder, H. (2006). Many college freshmen drink at levels far beyond the binge threshold. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 30* (6), 1006-1010. doi: 10.1111/j.1530-0277.2006.00122.

ANEXO

Caro (a) Estudante:

O presente estudo sobre *Factores preditores do consumo de álcool em estudantes do Ensino Superior* está a ser realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Psicologia da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra.

Agradecemos que responda com sinceridade a **todas** as questões. Não há respostas certas ou erradas.

O anonimato e a confidencialidade serão respeitados.

Muito obrigado pela colaboração.

Dados pessoais

I. Idade: _____ anos

II. Sexo (assinale com um (X) a sua resposta): M F

III. Estado civil (assinale com um (X) a sua resposta):

 Solteiro Casado

 Divorciado Viúvo

IV. Nacionalidade: _____ Naturalidade: _____

V. Actual área de residência (assinale com um (X) a sua resposta):

 Urbana Rural

VI. Pai

 Profissão: _____

 Habilitações escolares: _____

VII. Mãe

 Profissão: _____

 Habilitações escolares: _____

Frequência no Ensino Superior

I. Curso: _____

II. Estabelecimento de ensino: _____

III. Faculdade (assinale com um (X) a sua resposta):

Letras	<input type="checkbox"/>	Ciências e Tecnologia	<input type="checkbox"/>	Psicologia	<input type="checkbox"/>
Medicina	<input type="checkbox"/>	Farmácia	<input type="checkbox"/>	Desporto	<input type="checkbox"/>
Direito	<input type="checkbox"/>	Economia	<input type="checkbox"/>	Outra	<input type="checkbox"/>

IV. Ano (assinale com um (X) a sua resposta):

1.º ano	<input type="checkbox"/>	3.º ano	<input type="checkbox"/>	5.º ano	<input type="checkbox"/>	Mestrado (Pré-Bol.)	<input type="checkbox"/>
2.º ano	<input type="checkbox"/>	4.º ano	<input type="checkbox"/>	6.º ano	<input type="checkbox"/>	Doutoramento	<input type="checkbox"/>

V. Já reprovou algum ano desde que entrou no Ensino Superior? (assinale com um (X) a sua resposta):

Sim Não Se **Sim**, quantas vezes? _____

VI. Indique o tempo que dedica por semana, **em média**, ao estudo: _____ horas

VII. Neste momento encontra-se (assinale com um (X) a sua resposta):

Só a estudar
Estudar e a trabalhar em *tempo parcial*
Estudar e a trabalhar a *tempo inteiro*

VIII. A entrada no Ensino Superior implicou a sua saída de casa (assinale com um (X) a sua resposta):

Sim Não

Se **Sim**, encontra-se a viver :

Residência universitária
Sozinho num apartamento
Apartamento com outros estudantes
Casa/apartamento com familiares
Outro local Qual? _____

IX. No estabelecimento de ensino que frequenta, desempenha alguma actividade extracurricular? (assinale com um (X) a sua resposta):

Sim Não

Se **Sim**, qual ou quais?

Membro da Comissão de ano/curso
Membro do Núcleo de estudantes
Membro de órgão da Associação Académica
Membros de secção desportiva, cultural ou org. autónomo
Representante dos estudantes em Órgãos de Gestão
Outra Qual ? _____

Abaixo encontra-se um conjunto de características que podem ou não descrevê-lo(a). Por exemplo: acha que é uma pessoa que *gosta de estar com os outros*? Assinale com um (X) o número (de 1 a 5) que corresponde ao grau em que considera que a frase o(a) caracteriza. Não existem respostas certas ou erradas. Responda com sinceridade, de acordo com o seu modo de ser habitual.

Discordo totalmente	Discordo moderadamente	Nem concordo nem discordo	Concordo moderadamente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

Vejo-me como alguém que...

1.	É falador(a).	1	2	3	4	5
2.	Tende a encontrar os defeitos dos outros.	1	2	3	4	5
3.	Faz um trabalho exaustivo.	1	2	3	4	5
4.	É deprimido(a), triste.	1	2	3	4	5
5.	É original, tem sempre novas ideias.	1	2	3	4	5
6.	É reservado(a).	1	2	3	4	5
7.	É prestável e não inveja os outros.	1	2	3	4	5
8.	Por vezes pode ser um pouco descuidado(a).	1	2	3	4	5
9.	É relaxado(a), lida bem com o <i>stress</i> .	1	2	3	4	5
10.	Tem curiosidade em relação a várias coisas.	1	2	3	4	5
11.	Tem muita energia.	1	2	3	4	5
12.	Inicia muitas disputas com os outros.	1	2	3	4	5
13.	É um(a) trabalhador(a) de confiança.	1	2	3	4	5
14.	Pode ficar tenso(a).	1	2	3	4	5
15.	É engenhoso(a), um(a) pensador(a) profundo(a).	1	2	3	4	5
16.	Gera muito entusiasmo.	1	2	3	4	5
17.	Perdoa com facilidade.	1	2	3	4	5
18.	Tende a ser desorganizado(a).	1	2	3	4	5
19.	Se preocupa muito.	1	2	3	4	5
20.	Tem uma imaginação activa.	1	2	3	4	5
21.	Tende a ser sossegado(a).	1	2	3	4	5
22.	Geralmente é de confiança.	1	2	3	4	5
23.	Tende a ser preguiçoso(a).	1	2	3	4	5
24.	É emocionalmente estável, não se aborrece com facilidade.	1	2	3	4	5
25.	É inventivo(a).	1	2	3	4	5
26.	Tem uma personalidade assertiva.	1	2	3	4	5
27.	Pode ser frio(a) e indiferente.	1	2	3	4	5
28.	É perseverante até a tarefa estar concluída.	1	2	3	4	5
29.	Pode ter um humor instável.	1	2	3	4	5
30.	Valoriza experiências artísticas, estéticas.	1	2	3	4	5

Discordo totalmente	Discordo moderadamente	Nem concordo nem discordo	Concordo moderadamente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

Vejo-me como alguém que...

31.	Por vezes é tímido(a), inibido(a).	1	2	3	4	5
32.	É atencioso(a) e bondoso(a) com quase toda a gente.	1	2	3	4	5
33.	Faz as coisas de modo eficaz.	1	2	3	4	5
34.	Permanece calmo(a) em situações tensas.	1	2	3	4	5
35.	Prefere o trabalho rotineiro.	1	2	3	4	5
36.	É sociável, amigável.	1	2	3	4	5
37.	Por vezes é rude para com os outros.	1	2	3	4	5
38.	Faz planos e cumpre-os.	1	2	3	4	5
39.	Fica nervoso(a) facilmente.	1	2	3	4	5
40.	Gosta de reflectir, brincar com as ideias.	1	2	3	4	5
41.	Tem poucos interesses artísticos.	1	2	3	4	5
42.	Gosta de cooperar com os outros.	1	2	3	4	5
43.	Se distrai com facilidade.	1	2	3	4	5
44.	É sofisticado(a) na arte, música ou literatura.	1	2	3	4	5

MOTIVOS PARA CONSUMIR BEBIDAS ALCOÓLICAS

Instruções: Pensando em todas as vezes que bebe, com que frequência diria que bebe pelas seguintes razões?

	Quase nunca /Nunca	Algumas vezes	Metade das vezes	A maior parte das vezes	Quase sempre /Sempre
1. Para esquecer as suas preocupações.	1	2	3	4	5
2. Porque os seus amigos o pressionam para beber.	1	2	3	4	5
3. Porque isso o ajuda a divertir-se numa festa.	1	2	3	4	5
4. Porque isso o ajuda quando se sente deprimido ou nervoso.	1	2	3	4	5
5. Para ser sociável.	1	2	3	4	5
6. Para se animar quando está de mau humor.	1	2	3	4	5
7. Porque gosta da sensação.	1	2	3	4	5
8. Para que os outros não gozem consigo por não beber.	1	2	3	4	5
9. Porque é excitante.	1	2	3	4	5
10. Para ficar alterado (meio “pedrado”).	1	2	3	4	5
11. Porque torna os encontros sociais mais divertidos.	1	2	3	4	5
12. Para fazer parte de um grupo de que goste.	1	2	3	4	5
13. Porque lhe dá uma sensação de bem-estar.	1	2	3	4	5
14. Porque melhora as festas e celebrações.	1	2	3	4	5
15. Porque se sente mais auto-confiante e mais seguro de si.	1	2	3	4	5
16. Para celebrar ocasiões especiais com os amigos.	1	2	3	4	5
17. Para esquecer os seus problemas.	1	2	3	4	5
18. Porque é divertido.	1	2	3	4	5
19. Para que gostem de si.	1	2	3	4	5
20. Para que não se sinta posto de lado.	1	2	3	4	5

TESTE DE IDENTIFICAÇÃO DAS DESORDENS PELO CONSUMO DE ÁLCOOL

(Adaptação de J. A. Ferreira, L. Almeida, A. Leitão, J. S. Martins & M. S. Coelho, 2010)

Por favor, faça um círculo à volta da resposta que considera ser para si a mais correcta.

1. Com que frequência consome bebidas alcoólicas?

Nunca	Uma vez por mês ou menos	Duas a quatro vezes por mês	Duas a três vezes por semana	Quatro ou mais vezes por semana
-------	-----------------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------------------------------

2. Num dia normal, em que decide beber, quantas bebidas alcoólicas consome?

Uma ou duas	Três ou quatro	Cinco ou seis	Sete a nove	Dez ou mais
-------------	----------------	---------------	-------------	-------------

3. Com que frequência consome seis ou mais bebidas alcoólicas numa ocasião?

Nunca	Menos que uma vez por mês	Uma vez por mês	Uma vez por semana	Todos ou quase todos os dias
-------	------------------------------	--------------------	-----------------------	---------------------------------

4. Com que frequência, durante o ano passado, chegou à conclusão que não conseguia parar de beber, depois de ter começado?

Nunca	Menos que uma vez por mês	Uma vez por mês	Uma vez por semana	Todos ou quase todos os dias
-------	------------------------------	--------------------	-----------------------	---------------------------------

5. Com que frequência, durante o ano passado, não conseguiu fazer o que era esperado de si, por causa da bebida?

Nunca	Menos que uma vez por mês	Uma vez por mês	Uma vez por semana	Todos ou quase todos os dias
-------	------------------------------	--------------------	-----------------------	---------------------------------

6. Com que frequência, durante o ano passado, necessitou de beber logo de manhã para começar a funcionar, depois de uma noite de consumo excessivo de bebidas alcoólicas?

Nunca	Menos que uma vez por mês	Uma vez por mês	Uma vez por semana	Todos ou quase todos os dias
-------	------------------------------	--------------------	-----------------------	---------------------------------

7. Com que frequência, durante o ano passado, teve um sentimento de culpa ou remorsos depois de beber?

Nunca	Menos que uma vez por mês	Uma vez por mês	Uma vez por semana	Todos ou quase todos os dias
-------	------------------------------	--------------------	-----------------------	---------------------------------

8. Com que frequência, durante o ano passado, foi incapaz de se lembrar do que tinha acontecido na noite anterior por ter bebido em excesso?

Nunca	Menos que uma vez por mês	Uma vez por mês	Uma vez por semana	Todos ou quase todos os dias
-------	------------------------------	--------------------	-----------------------	---------------------------------

9. Já foi ferido(a) ou alguém já foi ferido(a) como resultado de você ter bebido?

Não	Sim, mas não no ano passado	Sim, durante o ano passado
-----	--------------------------------	-------------------------------

10. Tem alguém na família, um amigo, médico ou outro profissional de saúde que se tenha mostrado preocupado com o seu consumo de bebidas alcoólicas ou tenha sugerido que bebesse menos?

Não	Sim, mas não no ano passado	Sim, durante o ano passado
-----	--------------------------------	-------------------------------

QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DAS CONSEQUÊNCIAS DO CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NOS JOVENS ADULTOS

(Adaptação de J. A. Ferreira, L. Almeida, A. Leitão, 2008)

Apresenta-se uma lista de situações que, por vezes, acontecem às pessoas, durante ou depois de terem consumido bebidas alcoólicas. Ao lado de cada item, apresentado em baixo, marque com (X), na coluna do SIM ou do NÃO, para indicar se esse item descreve algo que lhe aconteceu no último ano.

No último ano...		SIM	NÃO
1.	Senti ressaca (dores de cabeça, enjoos) na manhã após ter bebido em excesso.		
2.	Corri riscos estúpidos quando bebi em excesso.		
3.	Não fui capaz de me lembrar do que fiz, durante longos períodos de tempo, quando bebi em excesso.		
4.	A qualidade do meu desempenho no trabalho ou nos estudos foi prejudicada por causa da bebida.		
5.	Senti-me com menos energia ou senti-me cansado(a) depois de ter bebido em excesso.		
6.	O consumo excessivo de álcool levou-me a situações sexuais que mais tarde lamentei.		
7.	Muitas vezes acabei por beber em excesso em noites nas quais tinha planeado não beber.		
8.	A minha aparência física alterou-se devido ao consumo exagerado de álcool.		
9.	Quando bebi em excesso, fiz ou disse coisas embaraçosas.		
10.	Senti-me muito enjoado(a) ou vomitei depois de ter bebido em excesso.		
11.	Faltei ao trabalho ou às aulas por causa do consumo em excesso de álcool, ressaca ou alguma doença provocada pelo consumo excessivo de bebidas alcoólicas.		
12.	Quando alcoolizado(a), fiz coisas impulsivas que mais tarde lamentei.		
13.	Estou com peso a mais, por causa do consumo excessivo de álcool.		
14.	Acordei num local inesperado depois de ter bebido álcool em excesso.		
15.	Tenho passado demasiado tempo a beber.		
16.	Tenho-me sentido mal comigo próprio, devido ao meu consumo excessivo de bebidas alcoólicas.		
17.	O meu consumo abusivo de bebidas alcoólicas tem criado problemas na relação com o meu namorado(a) ou esposo(a), pais ou outros familiares próximos.		
18.	Senti necessidade de tomar uma bebida alcoólica logo ao levantar-me (antes do pequeno almoço).		
19.	Já conduzi um carro quando sabia que tinha bebido em excesso para o poder conduzir com segurança.		
20.	Negligenciei obrigações em relação à família, trabalho ou escola por causa da bebida.		
21.	Tive muitas vezes dificuldade em controlar a quantidade de álcool que bebi.		
22.	Fiquei meio inconsciente de tanto beber.		
23.	Tornei-me muito rude, detestável ou insultuoso depois de consumir bebidas alcoólicas.		
24.	Descobri que precisava de beber maior quantidade de álcool para sentir algum efeito, ou que já não conseguia sentir-me meio zozzo ou bêbado com a mesma quantidade de bebidas alcoólicas que costumava tomar.		

ESCALA DE AUTO-ESTIMA

Todas as pessoas têm uma ideia de como são. A seguir estão expostos diversos atributos capazes de descrever como uma pessoa é. Leia cuidadosamente cada questão e responda verdadeira e espontaneamente a cada uma delas. Ao dar a resposta considere, sobretudo, a sua maneira de ser habitual, e não o seu estado de espírito de momento. Coloque uma cruz no círculo que julga traduzir melhor a sua opinião, tendo em conta as seguintes alternativas:

CM = Concordo Muito
CP = Concordo Um Pouco
DP = Discordo Um Pouco
DM = Discordo muito

		CM	CP	DP	DM
1.	De forma geral, estou satisfeito comigo mesmo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.	Às vezes, penso que não presto para nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.	Penso que tenho algumas boas qualidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.	Sou capaz de fazer as coisas tão bem como a maioria das pessoas ..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.	Creio que não tenho grande coisa de que me possa orgulhar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.	Sinto-me, por vezes, verdadeiramente inútil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.	Julgo que tenho, pelo menos, tanto valor como os outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.	Gostaria de ter mais consideração por mim próprio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.	Bem vistas as coisas, sou levado a pensar que sou um falhado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.	Tenho uma atitude positiva para com a minha pessoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QEA – III

(Adaptação de J. A. Ferreira, J. S. Martins & M. S. Coelho, 2010)

As páginas que se seguem contêm afirmações acerca dos efeitos do álcool. Leia cada uma das afirmações com atenção e responda de acordo com os seus próprios pensamentos, sentimentos e crenças acerca do álcool. Estamos interessados em saber o que pensa sobre o álcool, independentemente daquilo que os outros possam pensar.

Se acha que a afirmação é verdadeira, ou na maioria das vezes verdadeira, ou verdadeira algumas vezes, assinale a palavra “**Concordo**”. Se acha que a afirmação é falsa ou na maioria das vezes falsa, assinale a palavra “**Discordo**”.

Quando as afirmações se referem ao consumo de álcool, pode pensar em termos do consumo de qualquer tipo bebida alcoólica (por ex., cerveja, vinho, uísque, licor, vodka, gin ou *cocktails*). Tenha ou não tido experiências recentes de consumo de bebidas alcoólicas, responda de acordo com as suas crenças acerca do álcool. Note que é importante que responda a todos os itens.

Comece a responder na questão n.º 1.

Por favor, responda de forma honesta. Lembramos que as suas respostas são confidenciais.

RESPONDA A ESTES ITENS DE ACORDO COM O QUE ACREDITA SER VERDADE SOBRE O ÁLCOOL

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

1.	O álcool pode alterar a minha personalidade.	Concordo	Discordo
2.	Beber ajuda a que me sinta da maneira que quero sentir-me.	Concordo	Discordo
3.	Algumas bebidas alcoólicas têm um sabor agradável, purificante e muito apetecível.	Concordo	Discordo
4.	O álcool faz-me sentir feliz.	Concordo	Discordo
5.	Beber proporciona algum conforto em ocasiões sociais.	Concordo	Discordo
6.	Bebidas doces, “cocktails” sabem bem.	Concordo	Discordo
7.	Quando bebo, é mais fácil abrir-me e expressar os meus sentimentos.	Concordo	Discordo
8.	O tempo passa rapidamente quando estou a beber.	Concordo	Discordo
9.	As mulheres ficam mais desinibidas sexualmente quando bebem.	Concordo	Discordo
10.	Beber faz-me sentir corado.	Concordo	Discordo
11.	Quando bebo, tenho uma sensação de poder, como se pudesse influenciar os outros a fazerem o que eu quero.	Concordo	Discordo
12.	Beber aumenta a agressividade masculina.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO
COM AS SUAS ACTUAIS CRENÇAS PESSOAIS**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

13.	O álcool deixa as minhas fantasias fluírem mais facilmente.	Concordo	Discordo
14.	Beber dá-me mais confiança em mim próprio.	Concordo	Discordo
15.	Beber faz-me sentir bem.	Concordo	Discordo
16.	Sinto-me mais criativo depois de ter estado a beber.	Concordo	Discordo
17.	Consumir algumas bebidas alcoólicas é uma boa maneira de celebrar uma ocasião especial.	Concordo	Discordo
18.	Consigo defender um ponto de vista de forma mais resoluta depois de ter consumido algumas bebidas alcoólicas.	Concordo	Discordo
19.	Quando estou a beber, sinto-me mais livre para ser eu próprio e para fazer o que quiser.	Concordo	Discordo
20.	Beber torna mais fácil concentrar-me nas boas sensações que tenho nesse momento.	Concordo	Discordo
21.	O álcool permite-me ser mais assertivo.	Concordo	Discordo
22.	Quando me sinto “alegre” por ter bebido, tudo me parece melhor.	Concordo	Discordo
23.	Uma ou duas bebidas fazem sobressair o meu sentido de humor.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM AQUILO
EM QUE ACREDITA NESTE MOMENTO**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

24.	Se me sinto nervoso com a possibilidade de ter relações sexuais, o álcool faz-me sentir melhor.	Concordo	Discordo
25.	Beber alivia a sensação de “não ter nada para fazer”.	Concordo	Discordo
26.	Parece-me ser mais fácil conversar com pessoas do sexo oposto depois de ter bebido algumas bebidas.	Concordo	Discordo
27.	Depois de algumas bebidas sinto-me menos inibido sexualmente.	Concordo	Discordo
28.	Beber dá-me prazer porque é agradável juntar-me a pessoas que estão a divertir-se.	Concordo	Discordo
29.	Eu gosto do sabor de certas bebidas alcoólicas.	Concordo	Discordo
30.	Se alguma coisa me faz sentir constrangido, “beber uns copos” faz-me sentir melhor.	Concordo	Discordo
31.	Os homens são mais amigáveis quando bebem.	Concordo	Discordo
32.	Se tiver bebido, é-me mais fácil conhecer pessoas novas.	Concordo	Discordo
33.	Depois de algumas bebidas, é mais fácil arranjar confusão.	Concordo	Discordo
34.	O álcool pode eliminar sentimentos de inferioridade.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM
AS SUAS ACTUAIS CRENÇAS PESSOAIS**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

35.	O álcool torna as mulheres mais sensuais.	Concordo	Discordo
36.	Se “beber uns copos”, é mais fácil expressar os meus sentimentos.	Concordo	Discordo
37.	Sinto-me menos incomodado por problemas físicos depois de algumas bebidas.	Concordo	Discordo
38.	O álcool faz com que precise de menos atenção dos outros do que normalmente preciso.	Concordo	Discordo
39.	O álcool faz-me falar sem rodeios, dizer o que me “vem à cabeça”.	Concordo	Discordo
40.	Depois de algumas bebidas, sinto-me mais auto-confiante do que o habitual.	Concordo	Discordo
41.	Depois de algumas bebidas não me preocupo tanto com o que as outras pessoas pensam de mim.	Concordo	Discordo
42.	Quando bebo, não me considero totalmente responsável pelo meu comportamento.	Concordo	Discordo
43.	O álcool permite divertir-me mais nas festas.	Concordo	Discordo
44.	Qualquer situação que exija um estilo relaxado pode ser facilitada através do consumo de álcool.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM AQUILO
EM QUE ACREDITA NESTE MOMENTO**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

45.	Beber faz com que o futuro pareça mais risonho.	Concordo	Discordo
46.	Não estou tão tenso se estiver a beber.	Concordo	Discordo
47.	Depois de ter “bebido uns copos” sinto-me, com frequência, mais sensual e atraente.	Concordo	Discordo
48.	Numa situação social, beber algumas bebidas ajuda-me a relaxar.	Concordo	Discordo
49.	Bebo quando me estou a sentir zangado.	Concordo	Discordo
50.	Beber sozinho ou com outra pessoa faz-me sentir calmo e sereno.	Concordo	Discordo
51.	Depois de algumas bebidas, sinto-me corajoso e mais capaz de lutar.	Concordo	Discordo
52.	Beber pode fazer com que me sinta mais satisfeito comigo próprio.	Concordo	Discordo
53.	Há mais camaradagem num grupo de pessoas que tenham estado a beber.	Concordo	Discordo
54.	Os meus sentimentos de isolamento e alienação diminuem quando bebo.	Concordo	Discordo
55.	Algumas bebidas fazem com que sinta menos contacto com o que se está a passar à minha volta.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM AQUILO
EM QUE ACREDITA NESTE MOMENTO**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

56.	O álcool torna-me mais tolerante com pessoas de que não gosto.	Concordo	Discordo
57.	O álcool ajuda-me a dormir melhor.	Concordo	Discordo
58.	Beber aumenta a agressividade feminina.	Concordo	Discordo
59.	Torno-me melhor parceiro sexual depois de algumas bebidas.	Concordo	Discordo
60.	As mulheres falam mais depois de terem bebido algumas bebidas.	Concordo	Discordo
61.	O álcool diminui a tensão muscular.	Concordo	Discordo
62.	O álcool faz com que me preocupe menos.	Concordo	Discordo
63.	Algumas bebidas tornam mais fácil falar com os outros.	Concordo	Discordo
64.	Depois de algumas bebidas fico, normalmente, mais bem-disposto.	Concordo	Discordo
65.	O álcool parece magia.	Concordo	Discordo
66.	As mulheres têm orgasmos mais facilmente se tiverem estado a beber.	Concordo	Discordo
67.	Por vezes, beber é como ter a permissão para esquecer os problemas.	Concordo	Discordo
68.	Beber ajuda-me a sair de um estado depressivo.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM AQUILO
EM QUE ACREDITA NESTE MOMENTO**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

69.	Depois de beber uma ou duas bebidas, sinto-me carinhoso e a partilhar mais com os outros.	Concordo	Discordo
70.	O álcool diminui os meus sentimentos de culpa de não trabalhar.	Concordo	Discordo
71.	Depois de beber, sinto-me com mais coordenação motora.	Concordo	Discordo
72.	O álcool torna-me mais interessante.	Concordo	Discordo
73.	Algumas bebidas fazem-me sentir menos tímido.	Concordo	Discordo
74.	Quando estou tenso ou ansioso, beber algumas bebidas faz-me sentir melhor.	Concordo	Discordo
75.	O álcool permite-me adormecer mais facilmente.	Concordo	Discordo
76.	Se estiver com receio, o álcool diminui os meus medos.	Concordo	Discordo
77.	Uma ou duas bebidas fazem-me sentir mais desperto ou fisiologicamente excitado.	Concordo	Discordo
78.	O álcool pode actuar como um analgésico, isto é, pode diminuir a dor.	Concordo	Discordo
79.	Gosto mais de ter relações sexuais se tiver consumido álcool.	Concordo	Discordo
80.	Sou mais romântico quando bebo.	Concordo	Discordo

81.	Sinto-me mais masculino/feminina depois de ter consumido algumas bebidas.	Concordo	Discordo
82.	Quando me estou a sentir anti-social beber torna-me mais “integrado”.	Concordo	Discordo
83.	O álcool faz-me sentir melhor fisicamente.	Concordo	Discordo
84.	Às vezes, quando bebo sozinho ou com outra pessoa, é fácil sentir-me confortável e romântico.	Concordo	Discordo
85.	Quando bebo, sinto-me uma pessoa mais despreocupada.	Concordo	Discordo
86.	Beber torna os encontros com os amigos mais divertidos.	Concordo	Discordo
87.	O álcool torna mais fácil esquecer sentimentos negativos.	Concordo	Discordo
88.	Depois de algumas bebidas, estou mais aberto ao envolvimento sexual.	Concordo	Discordo
89.	Se estiver com frio, algumas bebidas dão-me uma sensação de calor.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM AQUILO
EM QUE ACREDITA NESTE MOMENTO**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

90.	É mais fácil agir de acordo com os meus sentimentos depois de algumas bebidas.	Concordo	Discordo
91.	O meu desejo sexual aumenta quando bebo.	Concordo	Discordo
92.	Uma ou duas bebidas tornam-me mais extrovertido.	Concordo	Discordo
93.	Uma ou duas bebidas podem-me fazer sentir mais alerta.	Concordo	Discordo
94.	O álcool diminui a minha hostilidade.	Concordo	Discordo
95.	O álcool faz-me sentir mais próximo das pessoas.	Concordo	Discordo
96.	Tendo a ser menos auto-crítico quando tenho algo alcoólico para beber.	Concordo	Discordo
97.	Parece-me que conversar com membros do sexo oposto é mais fácil depois de algumas bebidas.	Concordo	Discordo
98.	Beber faz-me sentir corado.	Concordo	Discordo
99.	É mais fácil lembrar-me de histórias engraçadas ou piadas se tiver bebido.	Concordo	Discordo
100.	Depois de algumas bebidas, sou menos submisso em relação àqueles que estão em posições de autoridade.	Concordo	Discordo
101.	O álcool torna-me mais falador.	Concordo	Discordo
102.	Sou mais romântico quando bebo.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM AQUILO
EM QUE ACREDITA NESTE MOMENTO**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

103.	Os homens podem ter orgasmos mais facilmente se tiverem bebido.	Concordo	Discordo
104.	Tomar uma ou duas bebidas é bastante refrescante depois de actividade física intensa.	Concordo	Discordo
105.	O álcool permite divertir-me mais nas festas.	Concordo	Discordo
106.	Consigo ser mais persuasivo se tiver consumido algumas bebidas.	Concordo	Discordo
107.	Beber faz com que as pessoas se sintam mais à vontade em situações sociais.	Concordo	Discordo
108.	O álcool ajuda-me a dormir melhor.	Concordo	Discordo
109.	Depois de uma ou duas bebidas, não sinto tanto as dores musculares ou outras.	Concordo	Discordo
110.	As mulheres são mais amigáveis depois de algumas bebidas.	Concordo	Discordo
111.	O álcool faz com que me preocupe menos.	Concordo	Discordo
112.	O álcool torna mais fácil agir de forma impulsiva ou tomar decisões rapidamente.	Concordo	Discordo
113.	O álcool faz-me sentir menos tímido.	Concordo	Discordo
114.	O álcool faz com que tolere melhor pessoas de que não gosto.	Concordo	Discordo

**RESPONDA DE ACORDO COM AQUILO
EM QUE ACREDITA NESTE MOMENTO**

Assinale (X) *Concordo* ou *Discordo* de acordo com aquilo em que acredita

115.	O álcool faz com que precise de menos atenção dos outros do que habitualmente.	Concordo	Discordo
116.	Tomar uma ou duas bebidas permite-me abrandar o ritmo, fazendo com que não me sinta tão apressado ou pressionado.	Concordo	Discordo
117.	Sinto-me com mais desejo sexual depois de algumas bebidas.	Concordo	Discordo
118.	O álcool faz-me sentir melhor fisicamente.	Concordo	Discordo
119.	Ter uma bebida na minha mão pode fazer-me sentir seguro numa situação social difícil.	Concordo	Discordo
120.	Quando estou a beber, tudo parece mais engraçado ou, pelo menos, rio-me mais.	Concordo	Discordo

DDQ – R

Altura _____ Peso ____ kg

INSTRUÇÕES PARA REGISTRAR O CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS DURANTE UMA SEMANA TÍPICA

UTILIZANDO O REGISTO SEMANAL ABAIXO APRESENTADO, POR FAVOR, INDIQUE O NÚMERO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS CONSUMIDAS E O TEMPO QUE PASSOU A BEBER DURANTE UMA “SEMANA NORMAL” NOS ÚLTIMOS 30 DIAS.

Primeiro, pense numa semana que tenha sido *normal para si* nos *últimos 30 dias*. (Onde é que esteve? O que fez durante essa semana? Foi para o trabalho ou para a Faculdade? etc.). Tente lembrar-se com a maior precisão possível, *quantas* bebidas e *durante quanto tempo* é que bebeu numa “semana normal” nos últimos 30 dias.

Para cada dia da semana, preencha na coluna de cima o **número de bebidas alcoólicas que consumiu naquele dia** e preencha na coluna de baixo o **número de horas que passou a beber** nesse mesmo dia.

Nota: É considerada uma bebida alcoólica uma cerveja com 33 cl (isto é, a maior parte das garrafas e/ou latas de cerveja), um copo de vinho com 16 cl (um copo de vinho normal) ou um copo de *shot* (0,30 dl). Apesar destas bebidas terem diferentes graduações, os copos habitualmente usados tem idêntica quantidade de álcool (isto é, 12 a 16 gramas de álcool puro, aproximadamente). Lembre-se que algumas bebidas têm mais álcool que um *shot*. Por exemplo, um “Long Island Ice Tea”, bebida composta por Vodka, Gin, Bacardi e Tequilla, tem uma equivalência de 4 *shots* e, portanto, equivalente a 4 bebidas.

SEMANA NORMAL NOS ÚLTIMOS 30 DIAS

Dia da semana	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Número de bebidas alcoólicas							
Número de horas a beber							

INSTRUÇÕES PARA REGISTRAR A INGESTÃO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS DURANTE A SEMANA EM QUE BEBEU MAIS

UTILIZANDO O REGISTO SEMANAL ABAIXO APRESENTADO, POR FAVOR, INDIQUE O NÚMERO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS CONSUMIDAS E O TEMPO QUE PASSOU A BEBER DURANTE A SEMANA EM QUE BEBEU MAIS, NOS ÚLTIMOS 30 DIAS.

Primeiro, pense numa semana em que *mais consumiu álcool nos últimos 30 dias*. (Onde é que esteve? O que fez durante essa semana? Foi para o trabalho ou para a Faculdade? etc.). Tente lembrar-se com a maior precisão possível, *quantas bebidas e durante quanto tempo é que bebeu na semana em que consumiu mais quantidade de álcool*, nos últimos 30 dias.

Para cada dia da semana, preencha na coluna de cima o **número de bebidas alcoólicas que consumiu naquele dia** e preencha na coluna de baixo o **número de horas que passou bebendo** nesse mesmo dia.

Nota: É considerada uma bebida alcoólica uma cerveja com 33 cl (isto é, a maior parte das garrafas e/ou latas de cerveja), um copo de vinho com 16 cl (um copo de vinho normal) ou um copo de *shot* (0,30 dl). Apesar destas bebidas terem diferentes graduações, os copos habitualmente usados tem idêntica quantidade de álcool (isto é, 12 a 16 gramas de álcool puro, aproximadamente). Lembre-se que algumas bebidas têm mais álcool que um *shot*. Por exemplo, um “Long Island Ice Tea”, bebida composta por Vodka, Gin, Bacardi e Tequilla, tem uma equivalência de 4 *shots* e, portanto, equivalente a 4 bebidas.

SEMANA EM QUE BEBEU MAIS NOS ÚLTIMOS 30 DIAS

Dia da semana	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Número de bebidas alcoólicas							
Número de horas a beber							

Nos últimos 30 dias, quantas bebidas alcoólicas consumiu, em média, numa só ocasião? _____

Nos últimos 30 dias, qual foi o maior número de bebidas alcoólicas que consumiu numa só ocasião? _____

Nessa ocasião, durante quantas horas esteve a consumir bebidas alcoólicas? _____

Nas últimas duas semanas, quantas vezes consumiu 5 ou mais bebidas alcoólicas num determinado lugar (no caso de ser homem) ou 4 ou mais (no caso de ser mulher)? _____

POR FAVOR, CERTIFIQUE-SE DE QUE TUDO FOI PREENCHIDO.
MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO