

Motivos para beber e situações de consumo de bebidas alcoólicas: um estudo exploratório

Nelson Hauck Filho

Marco Antonio Pereira Teixeira

Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

O principal modelo teórico da motivação para o uso de bebidas alcoólicas propõe a existência de quatro motivos distintos para beber, que possuem correlatos externos diferenciados: motivos sociais, motivos de realce, motivos de *coping* e motivos de conformidade. O objetivo do presente estudo foi explorar relações lineares entre esses quatro motivos e a frequência de consumo de álcool em alguns contextos recorrentes de uso entre estudantes universitários. Os participantes foram 401 estudantes universitários, com idades entre 18 e 35 anos ($M = 22,51$; $DP = 3,56$), sendo 54,8% dos indivíduos do sexo feminino. Análises de regressão mostraram diferentes motivos explicando a frequência de uso em cada um dos cinco contextos avaliados. Houve correlações significativas entre a frequência de consumo em alguns dos contextos e a quantidade de problemas vivenciados em decorrência do uso de bebidas. O significado teórico do papel diferencial da motivação em cada contexto, implicações práticas e limitações do estudo são discutidos ao final.

Palavras-chave: motivos para uso de álcool; uso de álcool; estudantes universitários; situações de consumo de álcool

Reasons for drinking and the situations of alcohol use: an exploratory study

Abstract

The most widely influential model of alcohol use proposes the existence of four distinct drinking motives, which also have different external correlates: social, enhancement, coping, and conformity motives. The aim of the present study was to explore linear relationships between these four drinking motives and the frequency of alcohol use in some recurring drinking situations in undergraduate students. Participants were 401 undergraduate students, with ages ranging from 18 to 35 years ($M = 22.51$, $SD = 3.56$), and 54.8% women. Regression analyses showed different drinking motives explaining the frequency of alcohol consumption in each of the five drinking situations evaluated. Frequencies of use in some of the drinking contexts positively correlated with drinking problems. The authors discuss the theoretical meaning of the different regression models for each drinking situation, the practical implications of such distinction, and the limitations of the study.

Keywords: drinking motives; alcohol use; undergraduate students; drinking situations

A motivação é um fenômeno psicológico de relevância teórica e prática para a compreensão do consumo de substâncias psicoativas. Esse aspecto permite explicar padrões de consumo isolado ou persistente de uma substância em termos das funções psicológicas específicas desempenhadas por esses comportamentos em cada indivíduo usuário (Cooper, Kuntsche, Levitt, Barber & Wolf, in press; Cox & Klinger, 1988). O principal modelo teórico da motivação para usar bebidas alcoólicas propõe a existência de quatro motivos básicos que influenciam na decisão de um indivíduo fazer uso do álcool: 1) *motivos sociais* (i.e., beber para aproveitar uma festa ou para celebrar com outras pessoas), 2) *motivos de realce* (i.e., beber para realçar afetos positivos), 3) *motivos de coping* (i.e., beber para evitar ou reduzir afetos negativos) e 4) *motivos de conformidade* (i.e., beber para evitar desaprovação social por parte de um grupo de usuários de bebidas alcoólicas) (Cooper, 1994; Cooper, Kuntsche, Levitt, Barber & Wolf, in press; Cox & Klinger, 1988). Estudos prévios relacionaram motivos de *coping* a afetos negativos e ao neuroticismo e motivos de realce à extroversão, a episódios de uso pesado e a consequências negativas do beber (Goldstein & Flett, 2009; Kuntsche, Knibbe, Gmel & Engels, 2006). Motivos sociais foram relacionados positivamente à quantidade e à frequência de uso de bebidas e motivos de conformidade, negativamente à abertura à experiência e à extroversão (Agrawal, Dick, Bucholz, Madden, Cooper, Sher & Heath, 2008; Theakston, Stewart, Dawson, Knowlden-Loewen, & Lehman, 2004).

A motivação contextual e imediata para beber pode ser eliciada por pistas presentes no ambiente, tais como música alta (Guéguen, Jacob, Le Guellec, Morineau, & Lourel, 2008), músicas com letras que falam sobre comida e bebida (Jacob, 2006) e a presença de um grande número de outras pessoas bebendo (Drews, Vaughn & Anfiteatro, 1992). Todavia, de maneira reversa, os motivos costumeiros que levam um indivíduo a beber também podem ter repercussão na preferência por determinados contextos para consumir bebidas (Kairouz, Glikman, Demers, & Adlaf, 2002). Dois estudos prévios, por exemplo, sugeriram que o uso em festas é influenciado majoritariamente por motivos sociais, que o uso em bares é influenciado por motivos de realce e que o uso solitário é mais influenciado por motivos de *coping* (Cooper, 1994; Cooper, Russel, Skinner & Windle, 1992). Dessa forma, a funcionalidade psicológica cumprida pelo uso do álcool em um indivíduo pode explicar, parcialmente, os lugares específicos que esse indivíduo frequenta quando busca fazer uso da substância.

Em intervenções com estudantes universitários, parcela da população que consome bebidas alcoólicas em grandes quantidades (Peuker, Fogaça & Bizarro, 2006; Wicki, Kuntsche & Gmel, 2010), pode ser crucial atentar para os eventos reforçadores envolvidos no consumo do álcool em situações específicas. De fato, os aspectos motivacionais do consumo têm sido cada vez mais enfatizados pela literatura como merecedores de atenção para o desenvolvimento de campanhas preventivas mais eficazes contra o abuso e a dependência do álcool (Stewart, Conrod, Marlatt, Comeau, Thush, & Krank, 2005). No entanto, a relação entre a motivação para beber e o consumo em situações específicas ainda não foi devidamente avaliada em estudantes universitários brasileiros. Em virtude disso, o presente estudo teve como objetivo investigar relações lineares entre diferentes motivos para beber e a frequência de consumo em algumas situações recorrentes entre estudantes universitários. Adicionalmente, foram avaliadas relações lineares entre a preferência por situações de consumo e a experiência de problemas relacionados ao beber típicos do contexto universitário. A pesquisa teve caráter exploratório, uma vez que não foram encontrados estudos prévios sobre o assunto na realidade brasileira.

Método

Participantes

Participaram do estudo 401 estudantes universitários usuários de bebidas alcoólicas com idades entre 18 e 35 anos (média de idades = 22,51 e o $DP = 3,56$), sendo 54,8% dos indivíduos do sexo feminino. Os participantes eram oriundos de 24 cursos de graduação de uma universidade federal do Rio Grande do Sul. Os cursos com maior percentual de alunos na amostra foram Medicina Veterinária (28,2%), Administração (12,8%) e Enfermagem (8,1%). A amostra foi definida por conveniência.

Instrumentos

Drinking Motives Questionnaire-Revised (DMQ-R; Cooper, 1994). O instrumento possui 20 itens que avaliam as quatro dimensões da motivação para usar bebidas alcoólicas, conforme Cox e Klinger (1988): motivos sociais (“Porque ajuda você a aproveitar uma festa”), motivos de realce (“Porque dá a você uma sensação agradável”), motivos de *coping* (“Para esquecer suas preocupações”) e motivos de conformidade (“Para fazer parte de um grupo de que você gosta”). O DMQ-R foi adaptado ao Brasil por Hauck-Filho, Teixeira e Cooper (2012), tendo apresentado

uma estrutura fatorial similar à versão original em inglês. Utilizou-se uma escala com formato Likert (1 = *Nunca ou quase nunca*; 5 = *Quase sempre ou sempre*). Para o presente estudo, a consistência interna (α de Cronbach) das subescalas do DMQ-R foi: social = 0,84, realce = 0,87, *coping* = 0,78 e conformidade = 0,76.

Situações de consumo de bebidas alcoólicas.

Os participantes foram solicitados a responder com que frequência consumiam bebidas alcoólicas em cinco situações distintas: em casa, na casa de um amigo ou amiga, em festas, em bares e sozinho ou sozinha. Foi utilizada uma escala Likert para cada situação de uso (1 = *Nunca ou quase nunca*; 5 = *Quase sempre ou sempre*).

Problemas relacionados ao beber. Foi utilizado um instrumento recentemente desenvolvido por Hauck Filho e Teixeira (no prelo), que investiga 20 problemas decorrentes do beber característicos do contexto universitário. Os itens são respondidos em formato dicotômico, sendo assinalado “sim” ou “não” para cada sentença (a consigna de resposta é “Assinale quais das seguintes consequências você experienciou, nos últimos 12 meses, em função de ter bebido”). O instrumento foi construído a partir de uma revisão da literatura sobre consequências negativas do uso do álcool em universitários (e.g., Ham & Hope, 2003), de instrumentos análogos já existentes em outros contextos e de uma aplicação piloto em um grupo de estudantes. Os itens variam desde problemas relativamente leves e frequentes (e.g., ter dores de cabeça após beber) a situações de alto risco para a saúde e a vida do indivíduo (e.g., ter necessidade de atendimento ou tratamento médico e sofrer acidente ao dirigir). A consistência interna do instrumento mostrou-se adequada para a presente amostra (0,86).

Procedimentos

O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da universidade na qual foram coletados os dados (registro nº 25000.089325/2006-58). Os questionários foram aplicados de forma coletiva em

salas de aula, respondidos individualmente, após permissão prévia das coordenações de curso, autorização dos professores e assinaturas de termos de consentimento pelos participantes.

Análise dos dados

As análises dos dados foram realizadas com o pacote estatístico SPSS 17.0. Foram utilizadas estatísticas descritivas e também estatísticas inferenciais, como correlação de Pearson e regressão linear múltipla.

Resultados

Análises de frequência mostraram que as situações de consumo mais relatadas foram *festas* (média = 4,08, DP = 1,22) e *bares* (média 3,82, DP = 1,39), seguidas de *na casa de amigo ou amiga* (média = 2,93, DP = 1,21), *com familiares* (média = 2,46, DP = 1,26), *em casa* (média = 2,40, DP = 1,32) e *sozinho ou sozinha* (média = 1,44, DP = 0,85). Por sua vez, os motivos mais frequentes para consumir álcool foram os sociais (média = 3,07, DP = 1,04) e realce (média = 2,79, DP = 1,13), seguidos de motivos de *coping* (média = 1,79, DP = 0,87) e motivos de conformidade (média = 1,19, DP = 0,41). Os problemas mais frequentes decorrentes do beber foram “sentir dores de cabeça”, “sentir enjoo ou mal-estar” e “não se lembrar de eventos relacionados ao consumo de álcool”, relatados por 75,1%, 72,8% e 38,9% da amostra.

A seguir, foram realizadas análises de regressão múltipla (método *Enter*) com a finalidade de investigar a contribuição parcial dos diferentes motivos para beber na explicação do consumo de bebidas nas diferentes situações avaliadas. Para cada modelo de regressão, foram inseridas as variáveis de controle sexo e idade. Foram excluídos *outliers* para melhorar as equações de regressão (resíduos z padronizado $> |2|$; sendo aproximadamente 10 casos para cada regressão). Os resultados dessas análises são apresentados na Tabela 1. A variância explicada para cada situação de uso variou de 6% a 47%, sendo distintos os preditores para cada situação. O beber em casa e o beber sozinho estiveram positivamente rela-

Tabela 1 – Motivos para beber predizendo situações de consumo de bebidas alcoólicas

Modelo	Em casa		Em casa de amigo		Em festas		Em bares		Sozinho	
	Beta	<i>t</i>	Beta	<i>t</i>	Beta	<i>t</i>	Beta	<i>t</i>	Beta	<i>t</i>
Sexo	-0,02	-0,33	0,04	0,87	0,01	0,18	-0,02	-0,51	-0,13	-2,43*
Idade	0,18	3,25**	-0,05	-1,12	-0,07	-1,63	0,04	1,00	0,13	2,53*
SO	-0,10	-1,09	0,25	3,06**	0,52	7,60**	0,40	5,11**	-0,03	-0,31
RE	0,29	3,22**	0,20	2,42**	0,10	1,48	0,20	2,49**	0,31	3,53**
COP	0,00	0,04	0,12	2,10*	0,16	3,54**	0,09	1,69	0,05	0,82
CON	-0,11	-1,94*	-0,08	-1,50	-0,01	-0,25	-0,08	-1,77	-0,01	-0,10
R ² aj	0,06**		0,22**		0,47**		0,35**		0,11**	

Nota. SO = Motivos sociais; RE = Motivos de realce; COP = Motivos de *coping*; CON = Motivos de conformidade. R² aj = R² ajustado.

* $p < 0,05$.

** $p < 0,01$.

cionados à idade dos participantes, $\beta = 0,18$ e $\beta = 0,13$, respectivamente. Além disso, as médias de frequência de uso sozinho foram maiores para participantes do sexo masculino ($t = -2,43$).

Por fim, foram feitas análises de correlação biviariada entre as diversas situações de consumo e o total de problemas decorrentes do beber para cada indivíduo. Os resultados apontaram que apenas o uso em casa não esteve significativamente associado à experiência de consequências negativas do beber ($r = 0,06$, $p = 0,198$). As variáveis na casa de amigo ou amiga ($r = 0,28$), em festas ($r = 0,44$), em bares ($r = 0,47$) e sozinho ou sozinha ($r = 0,21$) apresentaram relações significativas com problemas, sendo $p < 0,001$ em todos os casos.

Discussão dos resultados

Os resultados mostraram que os contextos de uso de álcool mais relatados na presente amostra foram festas e bares. Nesses ambientes, a oferta ilimitada de bebidas e a presença de estímulos contextuais que incentivam o uso, tais como música alta e pessoas bebendo, podem explicar, parcialmente, a alta prevalência do beber potencialmente problemático em universitários, relatada em outros estudos nacionais (e.g., Peuker, Fogaça, Bizarro, 2006; Teixeira & Dias, 2009; Wagner & Andrade, 2008). Assim sendo, a preferência por esses ambientes pode estar relacionada à presença de normas que sancionam o uso pesado de bebidas alcoólicas. Lee, Geisner, Patrick e Neighbors (2010), por exemplo, descreveram uma tendência entre universitários a superestimar o quão frequente é o beber pesado entre indivíduos da mesma faixa etária e a subestimar o quão negativo outros indivíduos avaliam as consequências adversas desses comportamentos. Festas e bares frequentados por estudantes universitários, portanto, podem envolver normas implícitas de comportamento que são distintas quando comparadas a festas e bares frequentados por outros grupos populacionais. Novos estudos, contudo, são necessários para aprofundar o conhecimento sobre esses aspectos contextuais normativos específicos do beber universitário no Brasil.

Para a presente amostra, o perfil motivacional típico de um usuário de bebidas alcoólicas em festas universitárias foi ligeiramente distinto do perfil motivacional de um usuário frequentador de bares. Apesar da semelhança em termos da influência de motivos sociais em ambos os contextos, o uso em bares foi também predito por motivos de realce. Esse fato evidencia que pessoas nesse contexto são particularmente motivadas ao uso em virtude dos efeitos neuroquímicos desejáveis resultantes da

ingestão de etanol. O uso em bares, assim, caracterizou-se pela busca por descontração e confraternização com um grupo de amigos. Em contraste, o uso em festas, além dos motivos sociais, foi predito por motivos de *coping*. Uma interpretação para esse resultado é que o tipo de *coping* envolvido nessa situação é, provavelmente, aquele relacionado à ansiedade, não necessariamente implicando sintomatologia depressiva (uma distinção entre motivos de *coping*-ansiedade e *coping*-depressão foi apresentada por Grant, Stewart, O'Connor, Backwell & Conrod, 2007). De fato, Blumenthal, Leen-Feldner, Frala, Badour e Ham (2010) apresentaram resultados que sugerem que motivos de *coping* estão frequentemente associados à ansiedade social em bebedores jovens. Dessa maneira, tendo em vista que o uso de bebidas alcoólicas em universitários está muitas vezes relacionado a expectativas de natureza sexual (Peuker Fogaça, & Bizarro, 2006), o uso do álcool pode cumprir um papel instrumental na obtenção de interações com objetivos sexuais com outras pessoas.

Quanto aos demais contextos, beber em casa e beber sozinho foram explicados de maneira semelhante por motivos de realce de afetos positivos, sendo o beber em casa também negativa e fracamente relacionado ao beber por motivos de conformidade. Assim, a principal característica do beber sozinho ou em casa (parcialmente redundantes, embora distintos semanticamente) foi a motivação para realçar afetos positivos, e não o *coping* de afetos negativos, como relatado em um estudo com adolescentes dos Estados Unidos (Cooper, 1994). O beber na casa de um amigo ou amiga, por sua vez, além de relacionado a motivos positivamente reforçadores de tipo social e realce, também foi predito por motivos de *coping*, de maneira menos intensa. Nesse caso específico, é possível que a motivação de *coping* envolva afetos negativos e sintomatologia depressiva (*coping*-depressão), diferentemente da ansiedade social relacionada ao uso em festas (*coping*-ansiedade). Dessa maneira, o consumo de bebidas na casa de um amigo ou amiga, além de envolver situações de confraternização e realce de afetos positivos, pode também ocorrer como forma de “desabafar” ou esquecer problemas.

Além disso, foi possível observar correlações significativas entre a frequência de consumo de bebidas nas situações em casa de amigo ou amiga, em bares, em festas e sozinho ou sozinha, e o total de problemas decorrentes do beber relatados pelos participantes, tendo em vista o último ano. Com relação a essas análises, verificou-se que os maiores coeficientes de correlação foram para festas ($r = 0,44$) e bares ($r = 0,47$). Esses padrões chamam a atenção para tais situações como de risco considerável

para a experiência de eventos negativos em virtude do beber. Assim, é importante que campanhas preventivas que tenham como foco reduzir possíveis prejuízos decorrentes do consumo de álcool na população universitária direcionem esforços especialmente a essa parcela específica de indivíduos bebedores. Por exemplo, intervenções com universitários que frequentam festas podem enfatizar treinos de habilidades sociais, tendo em vista que a ansiedade social pode ser um dos fatores que levam ao consumo de bebidas em grande quantidade nesses contextos (por motivos de *coping*). Como sugerido na literatura, indivíduos jovens com alta ansiedade social são mais suscetíveis ao abuso de bebidas e à experiência de problemas em situações que requerem interação social (Ham, Zamboanga, Bacon, & Garcia, 2009). As características internas motivacionais, portanto, são aspectos relevantes para quaisquer perspectivas que busquem reduzir problemas decorrentes do beber, especialmente entre universitários.

O presente estudo buscou trazer uma contribuição à literatura nacional sobre a motivação para o uso de bebidas alcoólicas em estudantes universitários. Os resultados obtidos apontam para o fato de que o beber, nessa faixa etária, é um fenômeno complexo que envolve a influência tanto de variáveis internas quanto contextuais. É importante, assim, conceber o bebedor universitário como uma categoria heterogênea de indivíduos cuja motivação para o consumo do álcool influencia suas preferências por tipos de ambiente para consumo. Essas preferências, por sua vez, acabam impactando na quantidade de eventos adversos experienciados pelo estudante bebedor após a ingestão de álcool. Os resultados apresentados, portanto, ajudam a entender melhor alguns aspectos motivacionais e situacionais que influenciam nos comportamentos de beber de estudantes universitários.

Considerações finais

Uma limitação do presente estudo foi o uso de questão única para a avaliação da frequência de consumo de álcool em situações diversas, de modo que não foi possível estabelecer uma estimativa de fidedignidade para os escores brutos resultantes. Seria interessante que investigações futuras buscassem desenvolver ou adaptar instrumentos de medida de preferências por situações de consumo que possibilitassem superar essa dificuldade e obter estimativas de erros de medida. De toda forma, buscou-se trazer uma contribuição à literatura nacional sobre o tema, apresentando um estudo inédito sobre a motivação para o uso de álcool associada a diferentes contextos em uma amostra universitária.

Referências bibliográficas

- Agrawal, A., Dick, D. M., Bucholz, K. K., Madden, P. A., Cooper, M. L., Sher, K. J., & Heath, A. C. (2008). Drinking expectancies and motives: a genetic study of young adult women. *Addiction*, *103*(2), 194-204.
- Blumenthal, H., Leen-Feldner, E. W., Frala, J. L., Badour, C. L., & Ham, L. S. (2010). Social anxiety and motives for alcohol use among adolescents. *Psychol Addict Behav.*, *24*(3), 529-34.
- Cooper, M. L. (1994). Motivations for alcohol use among adolescents: development and validation of a four-factor model. *Psychological Assessment* *6*(2), 117-128.
- Cooper, M. L., Kuntsche, E., Levitt, A., Barber, L. L. & Wolf, S. (in press). A motivational perspective on substance use: Review of theory and research. In K. J. Sher (Org.), *Oxford handbook of substance use disorders*. New York, NY: Oxford University Press.
- Cooper, M., Russel, M., Skinner, J., & Windle, M. (1992). Development and validation of a three-dimensional measure of drinking motives. *Psychological Assessment* *4*(2), 123-132.
- Cox, W. & Klinger, E. (1988). A motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology*, *97*(2), 168-180.
- Drews, D., Vaughn, D., & Anfiteatro, A. (1992). Beer consumption as a function of music and the presence of others. *Journal of Pennsylvania Academy of Science*, *65*, 134-136.
- Goldstein, A. L. & Flett, G. L. (2009). Personality, alcohol use, and drinking motives: a comparison of independent and combined drinking motives groups. *Behavior Modification*, *3*(2), 182-198.
- Grant, V., Stewart, S., O'Connor, R., Blackwell, E., & Conrod, P. (2007). Psychometric evaluation of the five-factor Modified Drinking Motives Questionnaire-Revised in undergraduates. *Addictive Behaviors*, *31*(11), 2611-2632.
- Guéguen, N., Jacob, C., Le Guellec, H., Morineau, T., & Lourel, M. (2008). Sound level of environmental music and drinking behavior: a field experiment with beer drinkers. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, *32*(10), 1795-1798.
- Ham, L. S., & Hope, D.A. (2003). College students and problematic drinking: A review of the literature. *Clinical Psychology Review*, *23*, 719-759.
- Ham, L. S., Zamboanga, B. L., Bacon, A. K., & Garcia, T. A. (2009). Drinking motives as mediators of social anxiety and hazardous drinking among college students. *Cognitive Behaviour Therapy*, *38*(3), 133-145.
- Hauck Filho, N., Teixeira, M. A. P. (no prelo). Análise de Rasch de uma medida de problemas decorrentes do beber em estudantes universitários. Psico-PUCRS.
- Hauck Filho, N., Teixeira, M. A. P., & Cooper, M. L. (2012). Confirmatory factor analysis of the Brazilian version of the Drinking Motives Questionnaire-Revised (DMQ-R). *Addictive Behaviors*, *37*, 524-527.
- Jacob, C. (2006). Styles of background music and consumption in a bar: an empirical evaluation. *International Journal of Hospitality Management*, *25*(4), 716-720.
- Kairouz, S., Gliksmann, L., Demers, A., & Adlaf, E. M. (2002). For all these reasons, I do... drink: A multilevel analysis of contextual reasons for drinking among Canadian undergraduates. *Journal of Studies on Alcohol*, *63*(5), 600-608.
- Kutsche, 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.
- Lee, C. M., Geisner, I. M., Patrick, M. E., & Neighbors, C. (2010). The social norms of alcohol-related negative consequences. *Psychology of Addictive Behaviors*, *24*(2), 343-348.
- Peuker, A., Fogaça, J., & Bizarro, L. (2006). Expectativas e beber problemático entre universitários. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, *22*(2), 193-200.
- Stewart, S. H., Conrod, P. J., Marlatt, G. A., Comeau, M. N., Thush, C., & Krank, M. (2005). New developments in prevention and early intervention for alcohol abuse in youths. *Alcoholism, Clinical and Experimental Research*, *29*(2), 278-286.
- Teixeira, M. A., Dias, A. C. (2009). Consumo de álcool em universitários: um estudo com alunos da Universidade Federal de Santa Maria. In A. C. Dias (Org.), *Psicologia e saúde: pesquisas e reflexões* (pp. 117-137). Santa Maria: UFSM.
- Theakston, J., Stewart, S., Dawson, M. Y., Knowlden-Loewen, S., & Lehman, D. (2004). Big-Five personality domains predict drinking motives. *Personality and Individual Differences*, *37*, 971-984.

- Wagner, G. A., & Andrade, A. G. (2008). Uso de álcool, tabaco e outras drogas entre estudantes universitários brasileiros. *Revista de Psiquiatria Clínica*, 35(Suppl. 1), 48-54. Submetido em: 23/3/2012
Aceito em: 31/7/2012
- Wicki, M., Kuntsche, E., & Gmel, G. (2010). Drinking at European universities? A review of student's alcohol use. *Addictive Behaviors*, 35(11), 913-924.