

Análise de Consumo de Álcool entre estudantes da UEFS

Armando de Lima Almeida, Diogo dos Santos de Jesus, Luis Felipe Cunha Silva, Fábio Sar

¹Departamento de Tecnologia – Universidade Estadual De Feira de Santana (UEFS)
Av. Transnordestina, s/n, Novo Horizonte – 44036-900
Feira de Santana – BA – Brasil

odnamraarmando@gmail.com, diogosj2003@gmail.com, luis.silvareal77@gmail.com, gmsantos1220@gmail.com

Resumo. *O consumo de álcool é um tema relevante e complexo, com implicações significativas para a saúde individual e coletiva, além de aspectos sociais e econômicos. No ambiente universitário, essa questão adquire contornos específicos, influenciada por fatores como a transição para a vida adulta, a busca por novas experiências e a pressão social. Este relatório apresenta uma análise aprofundada do consumo de álcool entre os estudantes da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS). A pesquisa abordou uma série de quesitos, divididos em perguntas sobre o perfil socioeconômico e dados relacionados diretamente ao consumo de álcool.*

Introdução

O consumo de álcool é uma questão importante e complexa, com impactos diretos na saúde das pessoas, na convivência social e até na economia. No contexto universitário, esse tema ganha características ainda mais específicas. A entrada na faculdade muitas vezes marca o início da vida adulta, um período de novas descobertas, experiências e também de exposição a diferentes tipos de pressão, incluindo a social. Este relatório busca entender melhor como o álcool faz parte da rotina dos estudantes da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), analisando os hábitos, os motivos e as consequências associados a esse consumo.

A pesquisa abordou uma série de quesitos, divididos em perguntas sobre o perfil socioeconômico e dados relacionados diretamente ao consumo de álcool. As perguntas do formulário incluíram informações sobre sexo, faixa etária, semestre, situação de trabalho, tipo de escola que estudou, posse de veículo, renda familiar, com quem mora e religião.

Em relação ao objeto da pesquisa, o consumo de álcool, apresentamos os seguintes questionamentos: importância do álcool na vida do estudante, consumo na família, se consome ou não, idade que iniciou, frequência de consumo, motivo pelo qual começou, percepção de imagem em relação a bebida, tipos que ingere, situações vergonhosas que já passou por causa do consumo, se já sofreu ou conhece alguém que se acidentou por causa do álcool, combinação álcool e direção e consumo dos pais.

A análise dos dados foi dividida em três partes principais: análise descritiva do perfil da amostra (dados demográficos e socioeconômicos), dados do objeto da pesquisa (consumo de álcool) e cruzamento de dados (análise bivariada). A análise bivariada foi organizada em quatro eixos principais: perfil de consumo (demografia vs. consumo), padrão de consumo (demografia vs. comportamento), influências (causas do comportamento) e riscos e consequências do consumo. Além disso, foi realizado o cálculo do p-value para avaliar a significância estatística das associações entre as variáveis. O estudo detalha a metodologia aplicada e os resultados

obtidos, oferecendo uma compreensão aprofundada sobre o consumo de álcool na comunidade estudantil da UEFS.

Análise descritiva (Perfil da Amostra)

A partir das perguntas socioeconômicas realizadas pela pesquisa, podemos analisar neste tópico os dados demográficos e sociais que obtivemos dispostos em gráficos e tabelas.

Dados demográficos

A seguir serão apresentados os dados por gênero, faixa etária, semestre, situação trabalhista e religião.

Tabela 1: Distribuição dos respondentes por gênero.

Sexo do Respondente	Quantidade	Percentual
Feminino	36	50.7%
Masculino	33	46.5%
Prefiro não declarar	2	2.8%

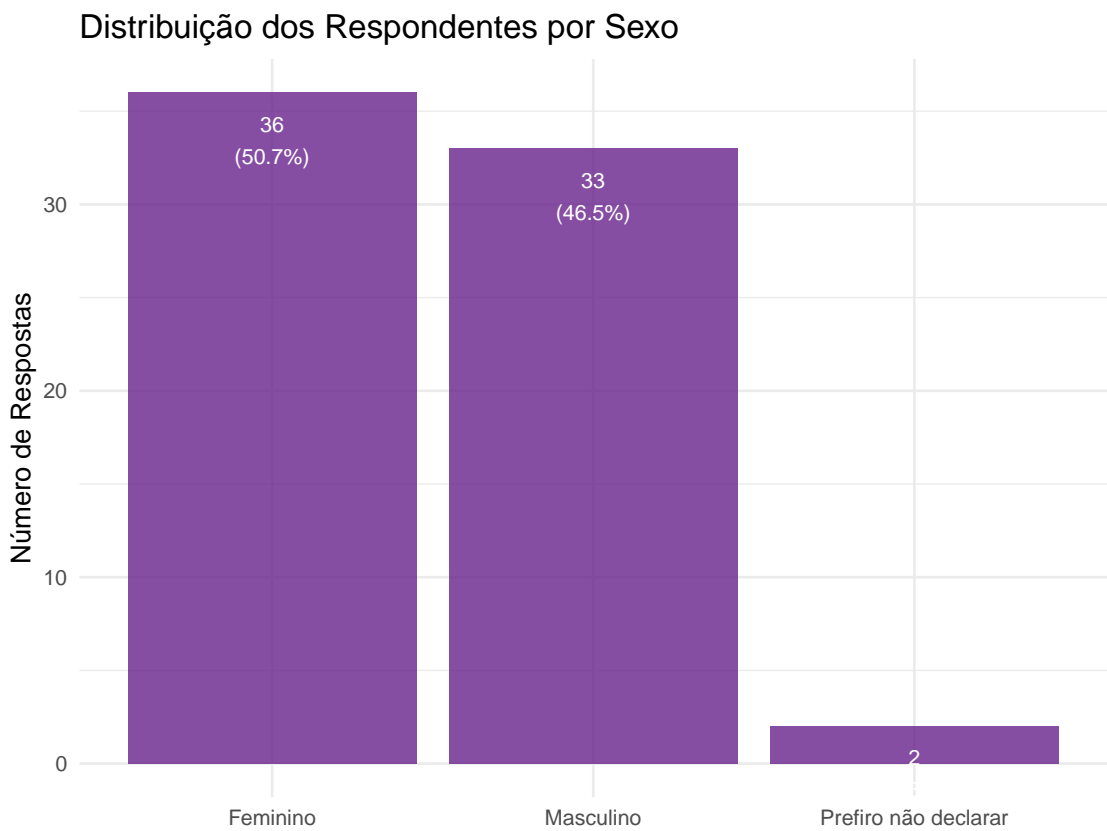


Tabela 2: Distribuição dos respondentes por faixa etária.

Faixa etária do Respondente	Quantidade	Percentual
18 a 20 anos	31	43.7%

Faixa etária do Respondente	Quantidade	Percentual
21 a 23 anos	23	32.4%
24 a 26 anos	12	16.9%
27 a 29 anos	4	5.6%
Menos de 18 anos	1	1.4%

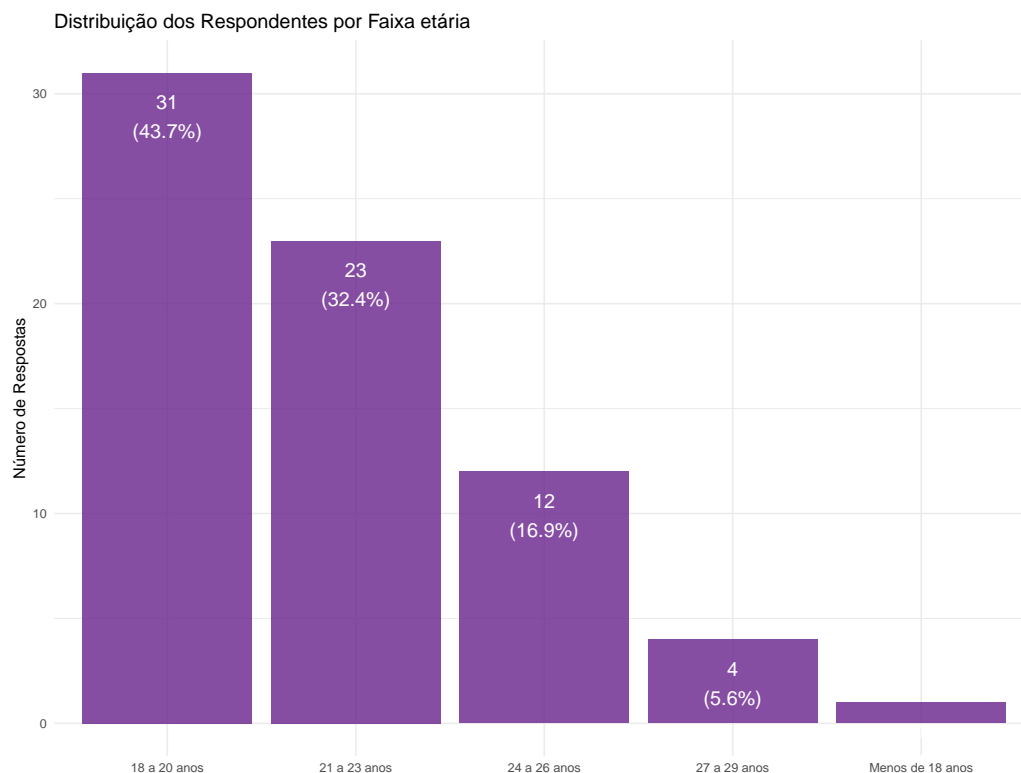


Tabela 3: Semestre do Respondente

Semestre do Respondente	Quantidade	Percentual
3º semestre	11	15.5%
6º semestre	10	14.1%
1º semestre	9	12.7%
2º semestre	9	12.7%
4º semestre	7	9.9%
7º semestre	7	9.9%
8º semestre	5	7.0%
5º semestre	4	5.6%
9º semestre	4	5.6%
10º semestre	3	4.2%
A partir do 10º semestre	2	2.8%

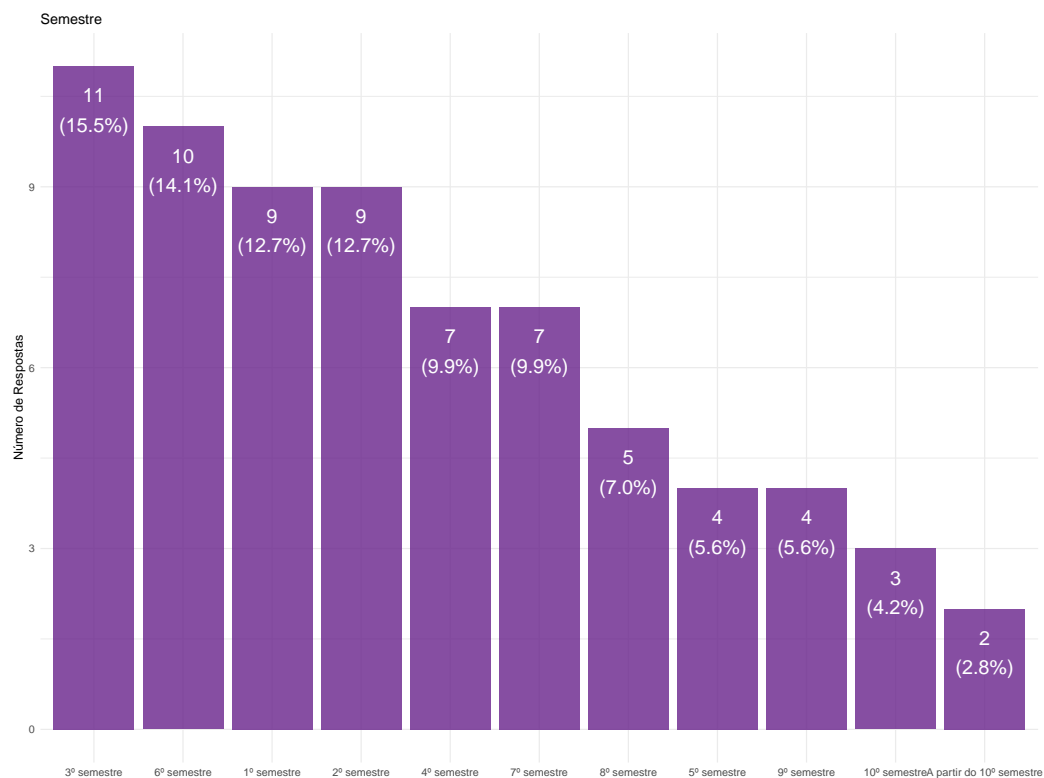


Tabela 4: Respondente trabalha?

Respondente trabalha?	Quantidade	Percentual
Não	47	66.2%
Sim	24	33.8%

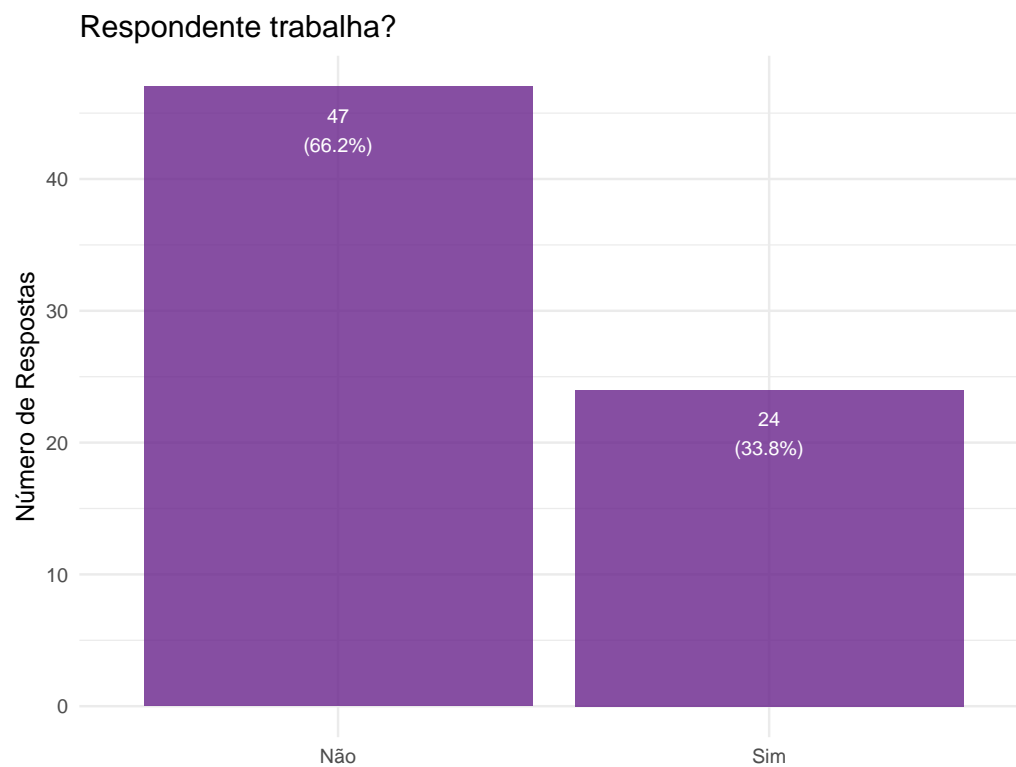
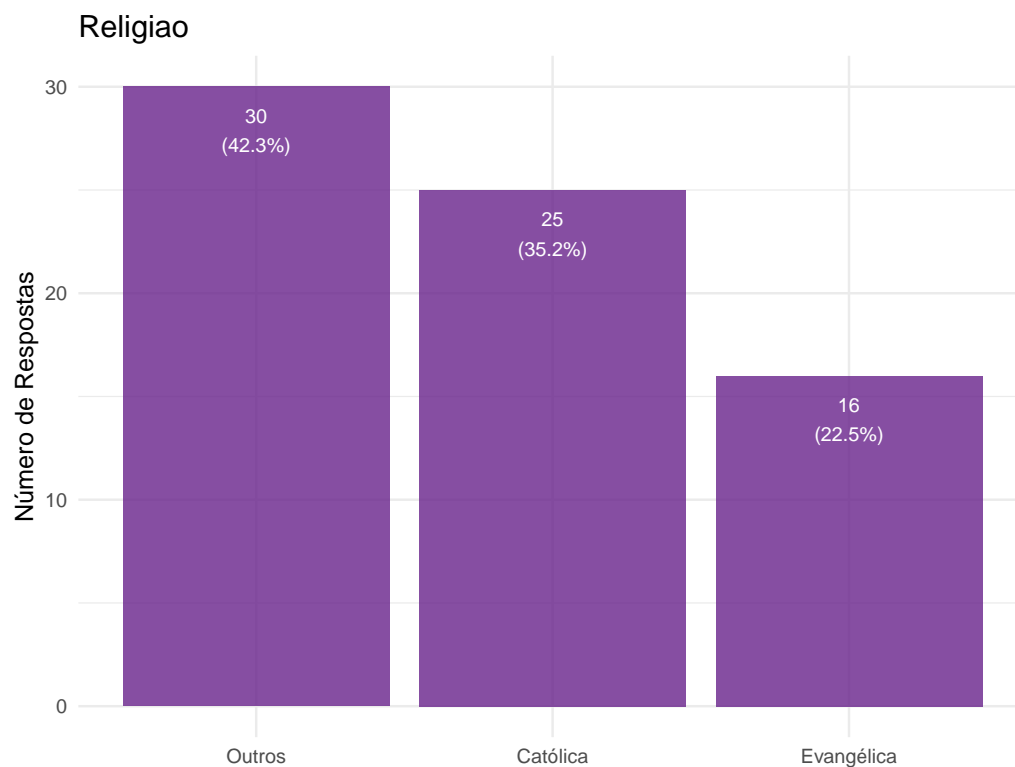


Tabela 5: Religião

Religião	Quantidade	Percentual
Outros	30	42.3%
Católica	25	35.2%
Evangélica	16	22.5%



Dados socioeconômicos

A seguir são apresentados os dados referentes a tipo de escola que estudou, possui ou não veículo, renda familiar e com quem divide moradia.

Tabela 6: Tipo de escola que estudou?

Tipo de escola que estudou?	Quantidade	Percentual
Pública	46	64.8%
Privada	25	35.2%

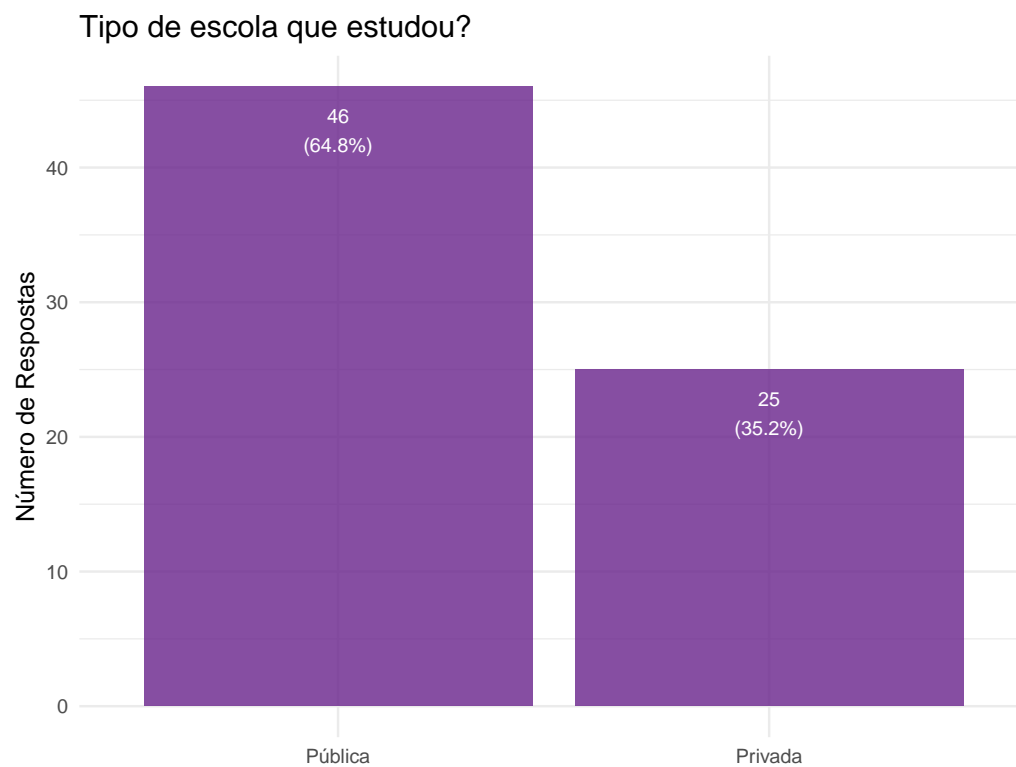


Tabela 7: Possui veículo?

Possui veículo?	Quantidade	Percentual
Não	61	85.9%
Sim	10	14.1%

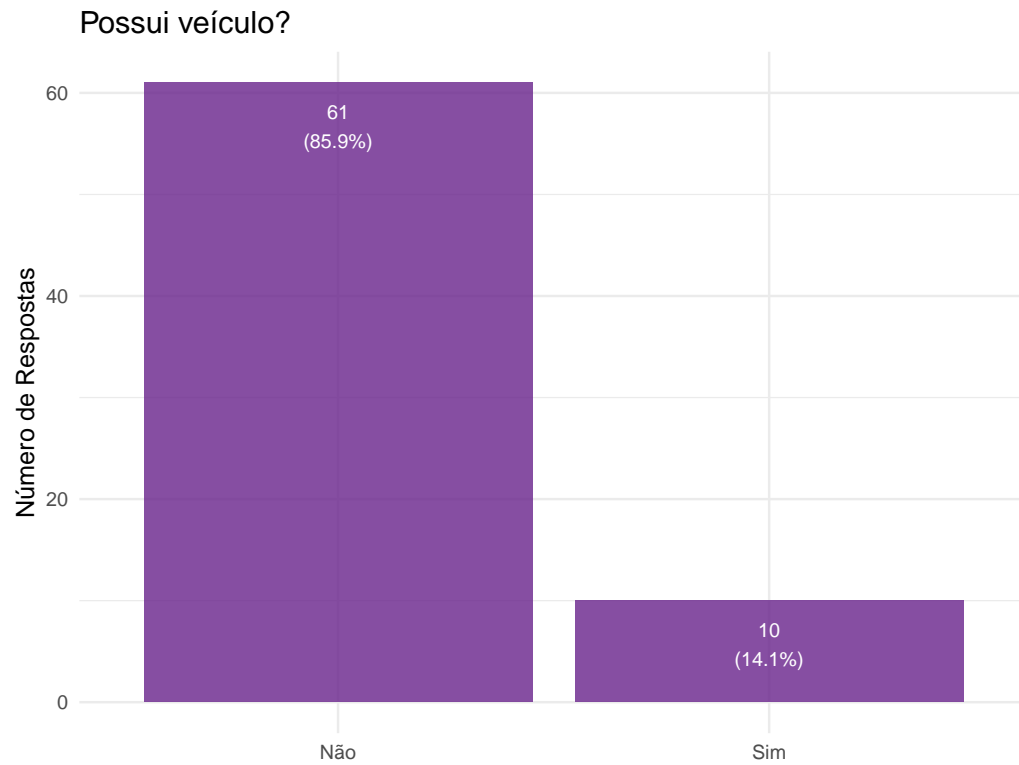


Tabela 8: Renda familiar

Renda familiar	Quantidade	Percentual
Até 1 salário mínimo	20	28.2%
1 a 2 salários mínimos	18	25.4%
Prefiro não declarar	15	21.1%
2 a 4 salários mínimos	13	18.3%
4 a 6 salários mínimos	5	7.0%

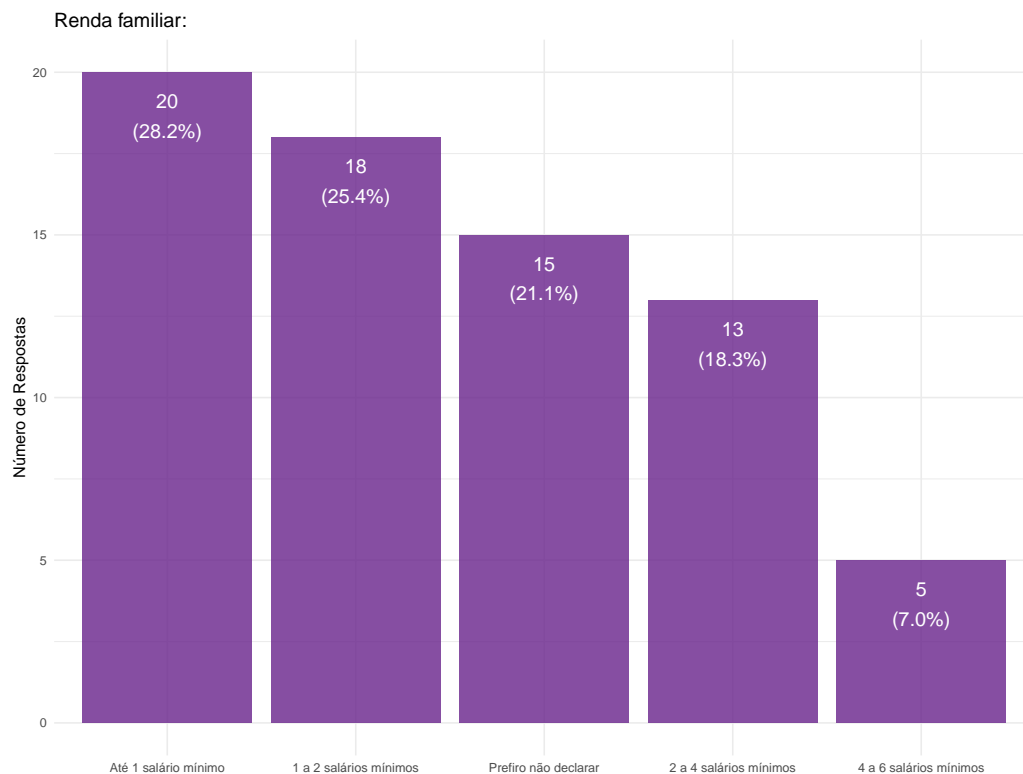
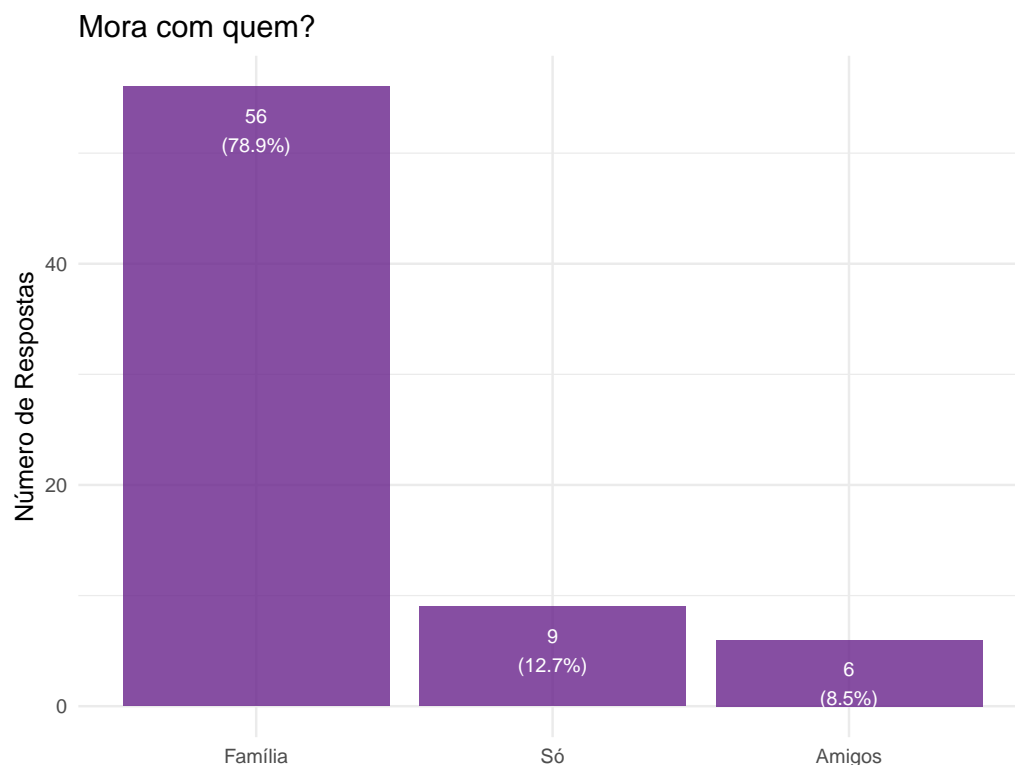


Tabela 9: Mora com quem?

Mora com quem?	Quantidade	Percentual
Família	56	78.9%
Só	9	12.7%
Amigos	6	8.5%



De maneira geral, a amostra atingida de 71 estudantes demonstra ser proporcionalmente equalizada em gênero e religião, em sua maioria são jovens de até 23 anos em semestres iniciais, que não trabalham, de escola pública, que não possuem veículo, de renda familiar mais baixa e que majoritariamente mora com a família.

Dados do objeto da pesquisa

Neste ponto teremos acesso aos dados relacionados ao ponto principal da pesquisa, o consumo de álcool entre estudantes da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS). Os gráficos e tabelas apresentados mostrarão a proporção de estudantes em diversos tópicos, dispostos em gráficos e tabelas.

Tabela 10: A bebida alcoólica é importante na sua vida?

Resposta	Quantidade	Percentual
Não	67	94.4%
Sim	4	5.6%

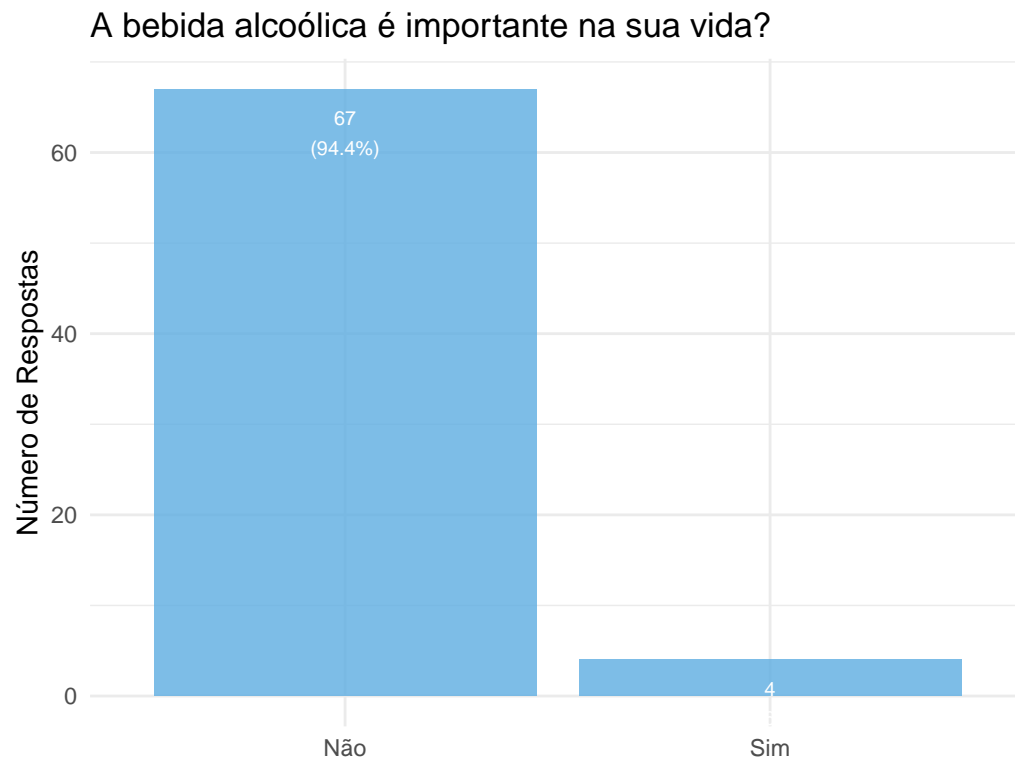


Tabela 11: Na sua família as pessoas tomam bebidas alcoólicas?

Resposta	Quantidade	Percentual
Sim	57	80.3%
Não	14	19.7%

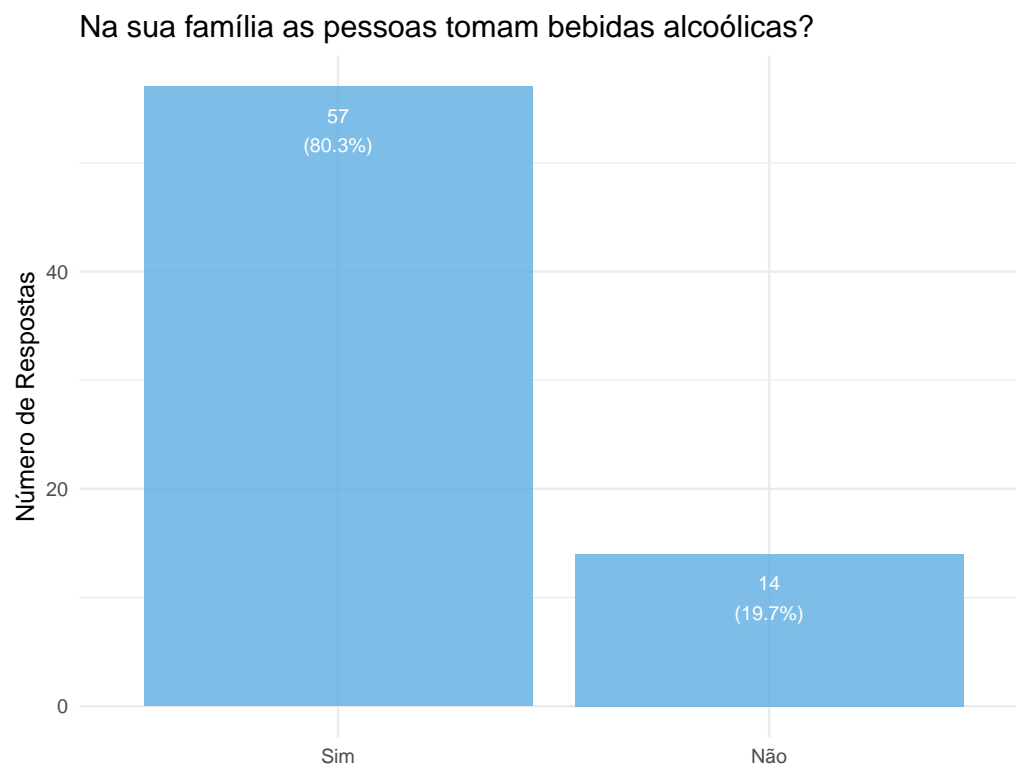


Tabela 12: Você toma bebidas alcoólicas?

Resposta	Quantidade	Percentual
Não	39	54.9%
Sim	32	45.1%

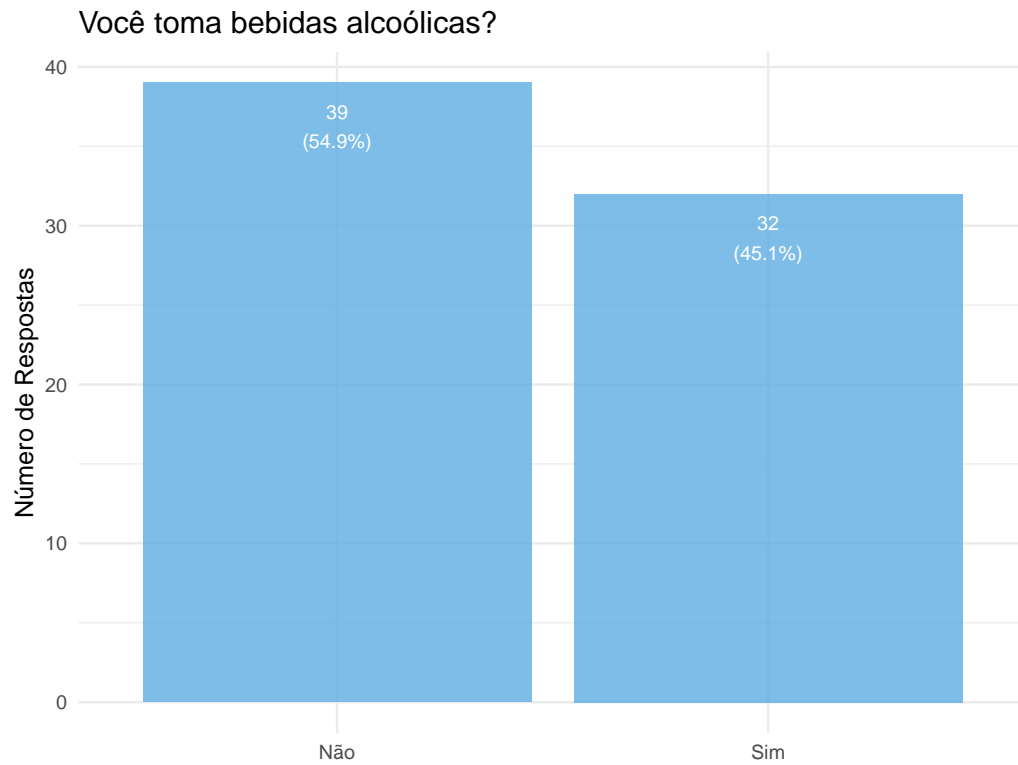


Tabela 13: Idade que começou a consumir

Idade que começou	Quantidade	Percentual
Não consumo bebidas alcoólicas	37	52.1%
15 a 17 anos	15	21.1%
18 a 20 anos	12	16.9%
21 a 25 anos	4	5.6%
12 a 14 anos	2	2.8%
Comecei a consumir álcool recentemente (nos últimos 6 meses)	1	1.4%

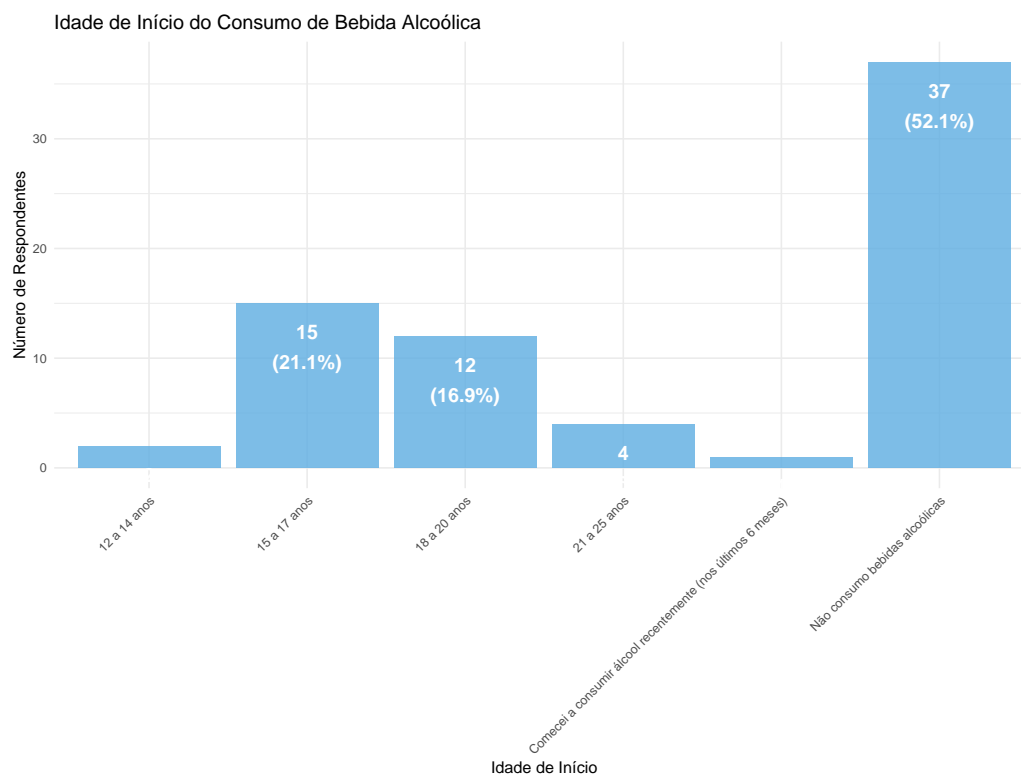


Tabela 14: Quantos copos por dia?

Consumo Diário	Quantidade	Percentual
Não consumo bebidas alcoólicas	40	56.3%
Menos de 1 copo por dia	23	32.4%
1 a 2 copos por dia	2	2.8%
3 a 4 copos por dia	2	2.8%
5 a 6 copos por dia	2	2.8%
7 ou mais copos por dia	2	2.8%

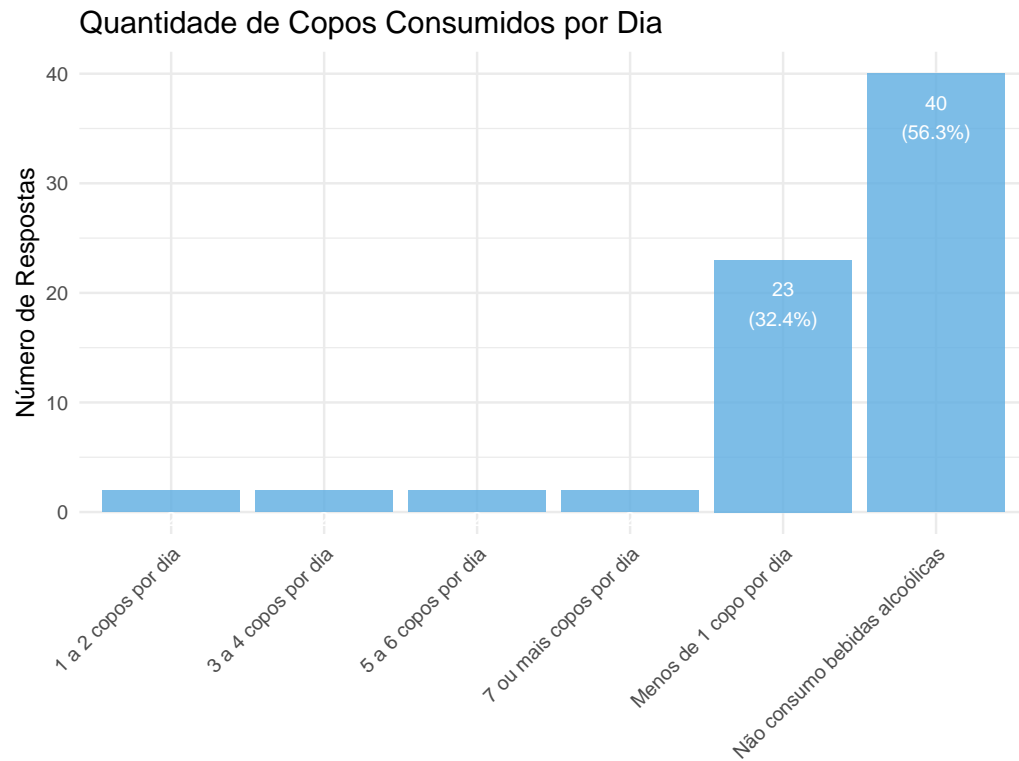


Tabela 15: Com que frequência?

Frequência de Consumo	Quantidade	Percentual
Fins de semana	7	9.9%
Duas vezes ao mês	3	4.2%
Só em festas	21	29.6%
Outra	3	4.2%
Não consumo bebidas alcoólicas	37	52.1%

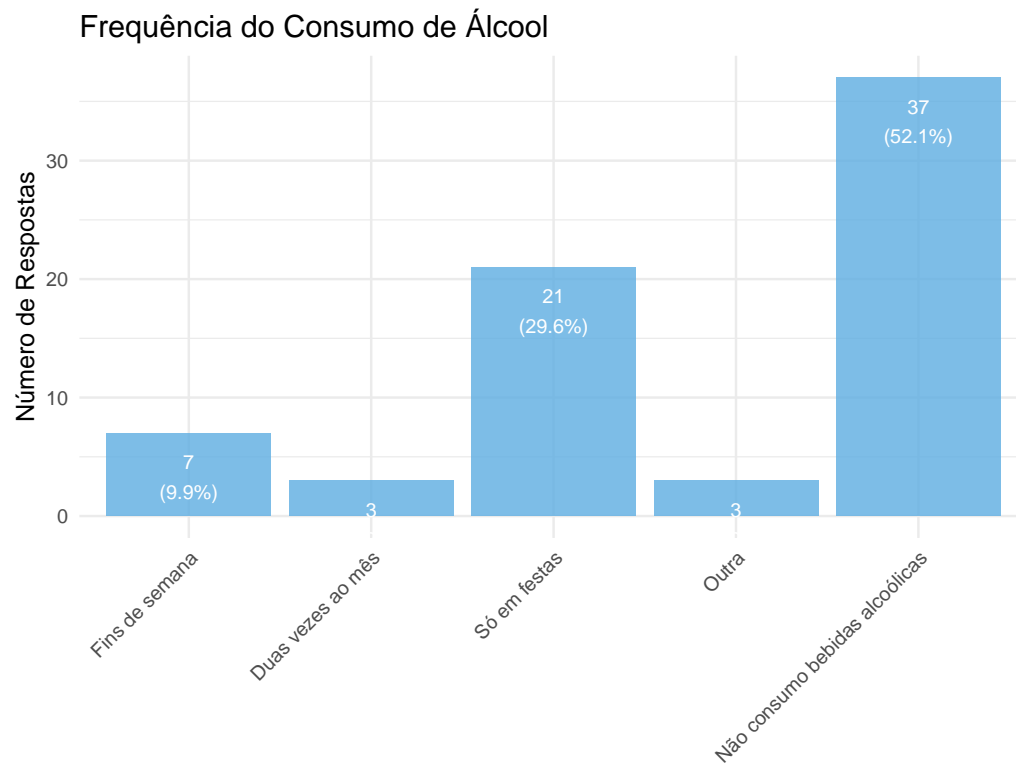


Tabela 16: Por qual motivo começou a tomar bebida alcoólica?

Motivo	Quantidade	Percentual
Não consumo bebidas alcoólicas	36	50.7%
Iniciativa própria	18	25.4%
Incentivo de amigos	11	15.5%
Outros motivos	4	5.6%
Incentivo da família	2	2.8%

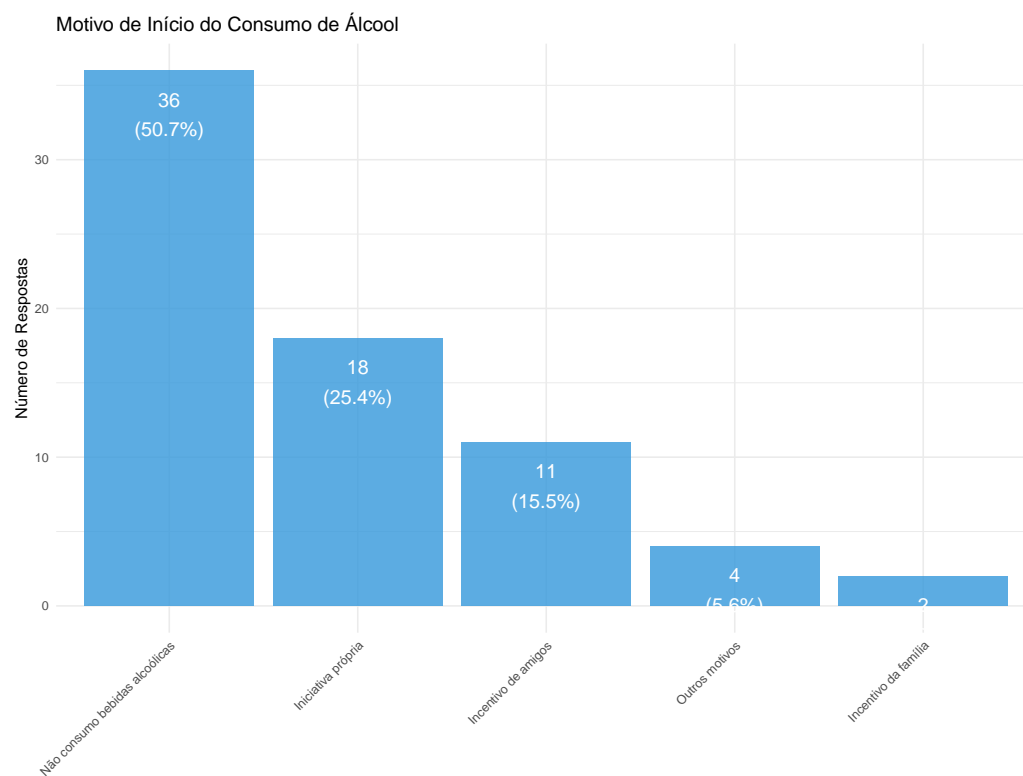


Tabela 17: Que imagem causa em você a bebida alcoólica?

Imagem	Quantidade	Percentual
Não consumo bebidas alcoólicas	35	49.3%
Outros	22	31.0%
Liberdade	13	18.3%
Beleza	1	1.4%

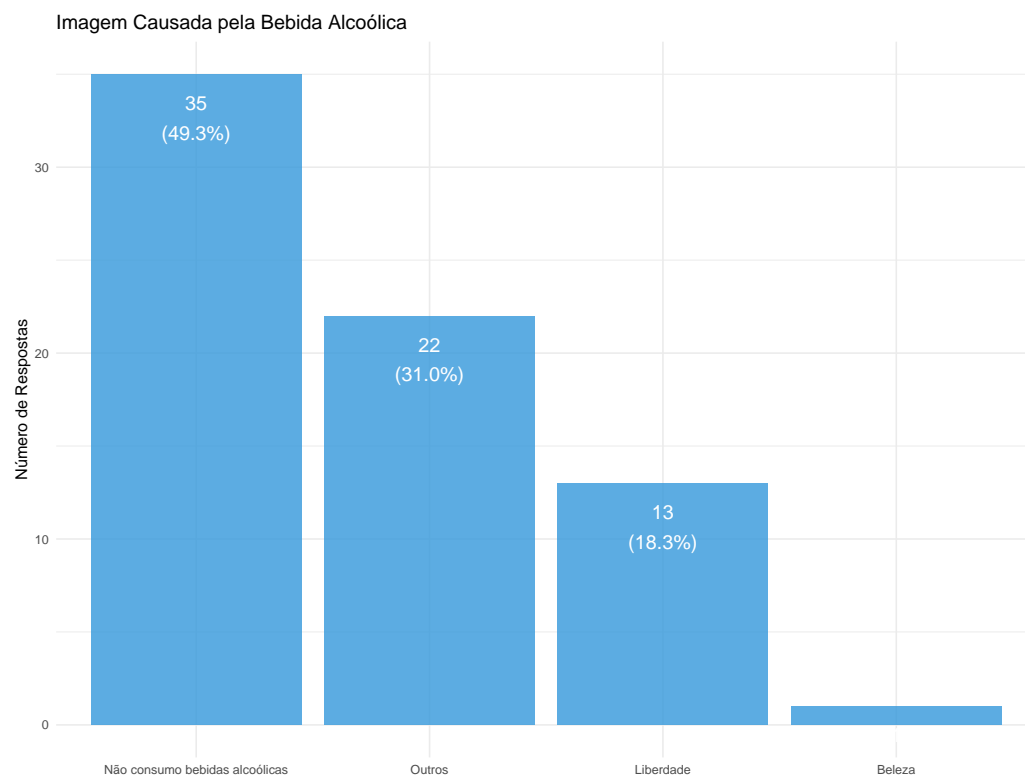


Tabela 18: Qual tipo de bebida alcoólica costuma tomar?

Tipo de Bebida	Quantidade	Percentual
Não consumo bebidas alcoólicas	37	52.1%
“ICE”	13	18.3%
Cerveja	12	16.9%
Outros	5	7.0%
Vinho	4	5.6%

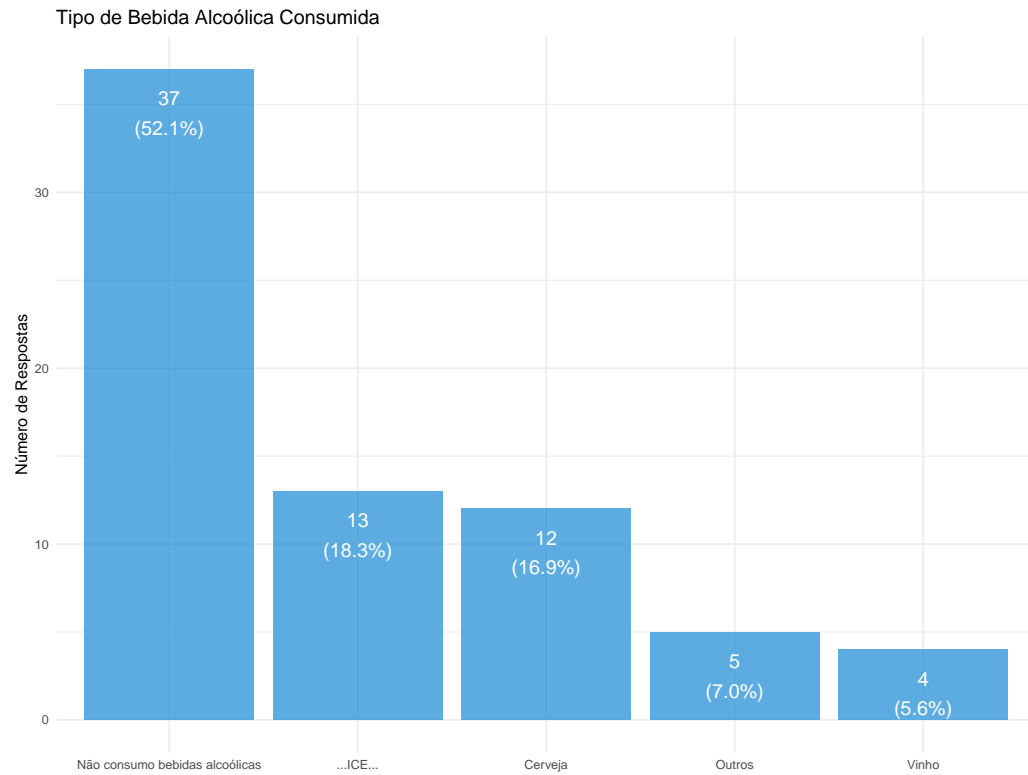


Tabela 19: Já deu algum vexame por causa da bebida?

Resposta	Quantidade	Percentual
Não	57	80.3%
Sim	14	19.7%

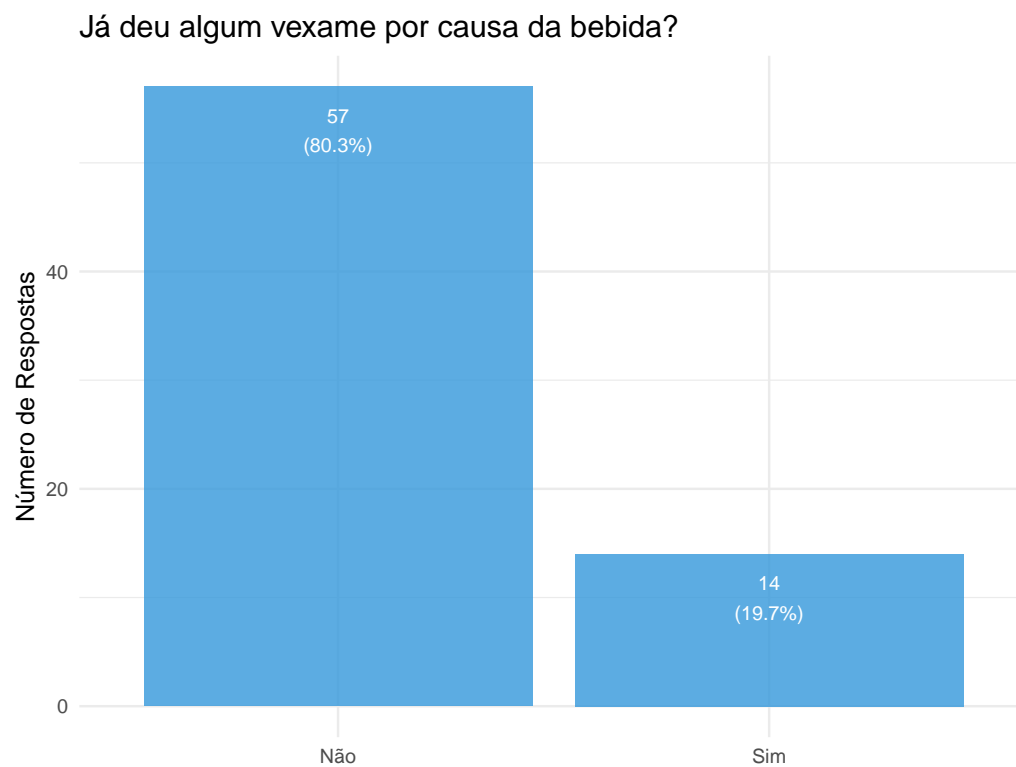


Tabela 20: Já sofreu algum acidente de carro por causa da bebida?

Resposta	Quantidade	Percentual
Não	71	100.0%

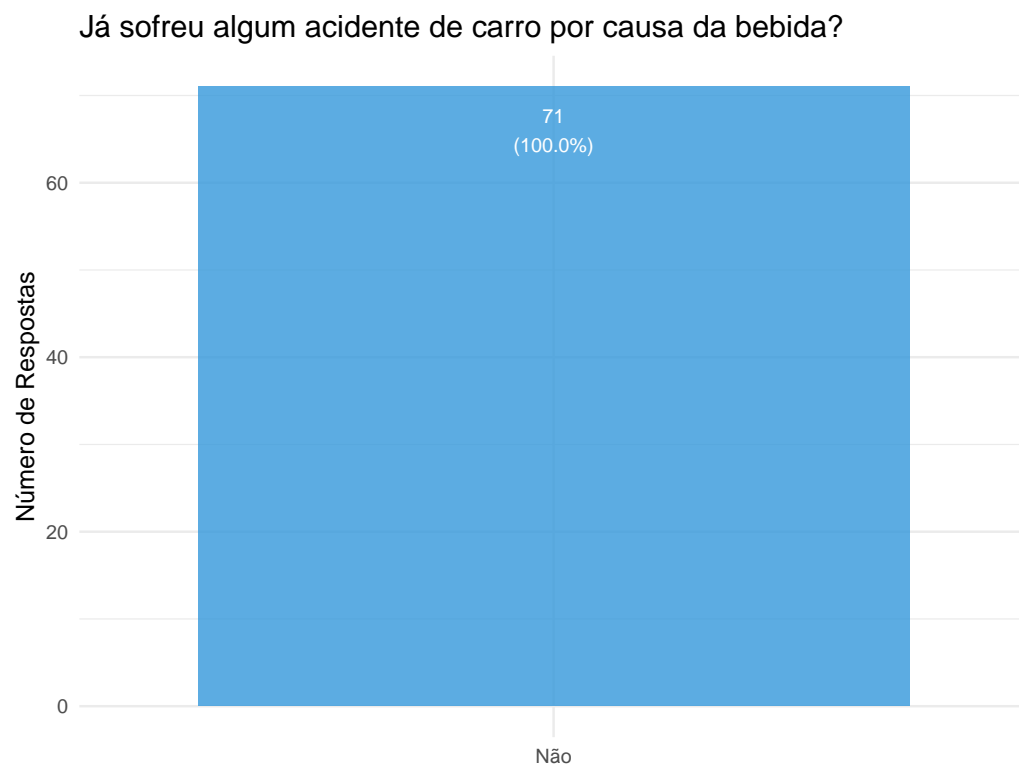


Tabela 21: Já dirigiu sobre efeito do álcool?

Resposta	Quantidade	Percentual
Não	66	93.0%
Sim	5	7.0%

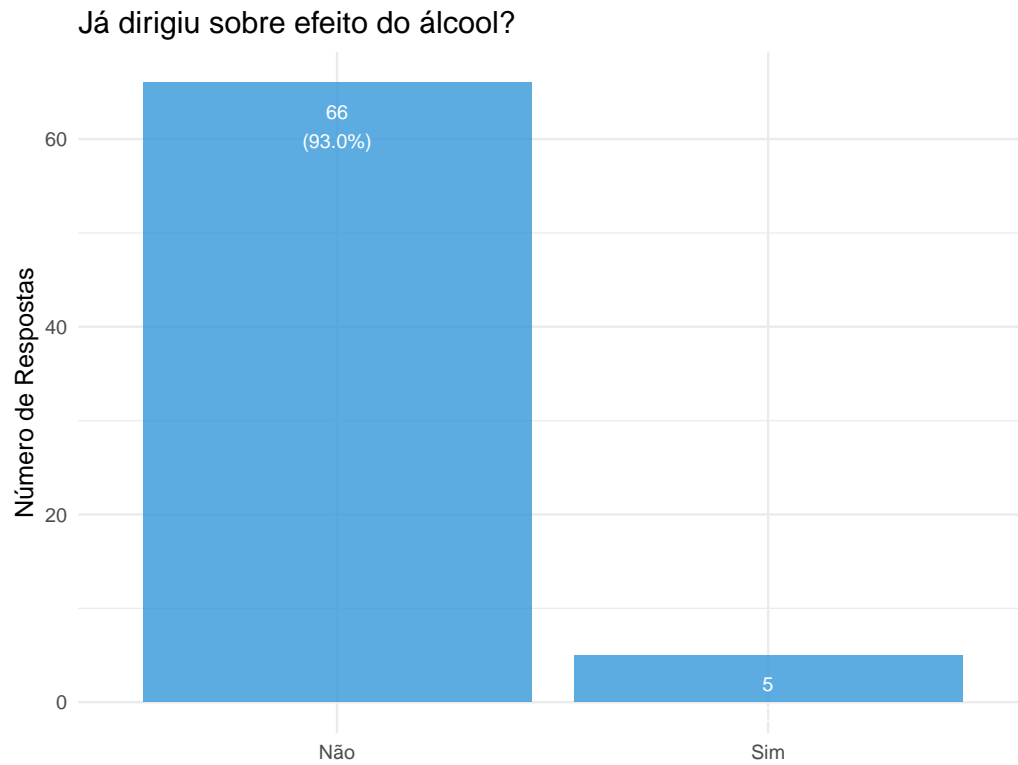


Tabela 22: Já pegou carona com alguém que dirigiu sobre efeito do álcool?

Resposta	Quantidade	Percentual
Sim	39	54.9%
Não	32	45.1%

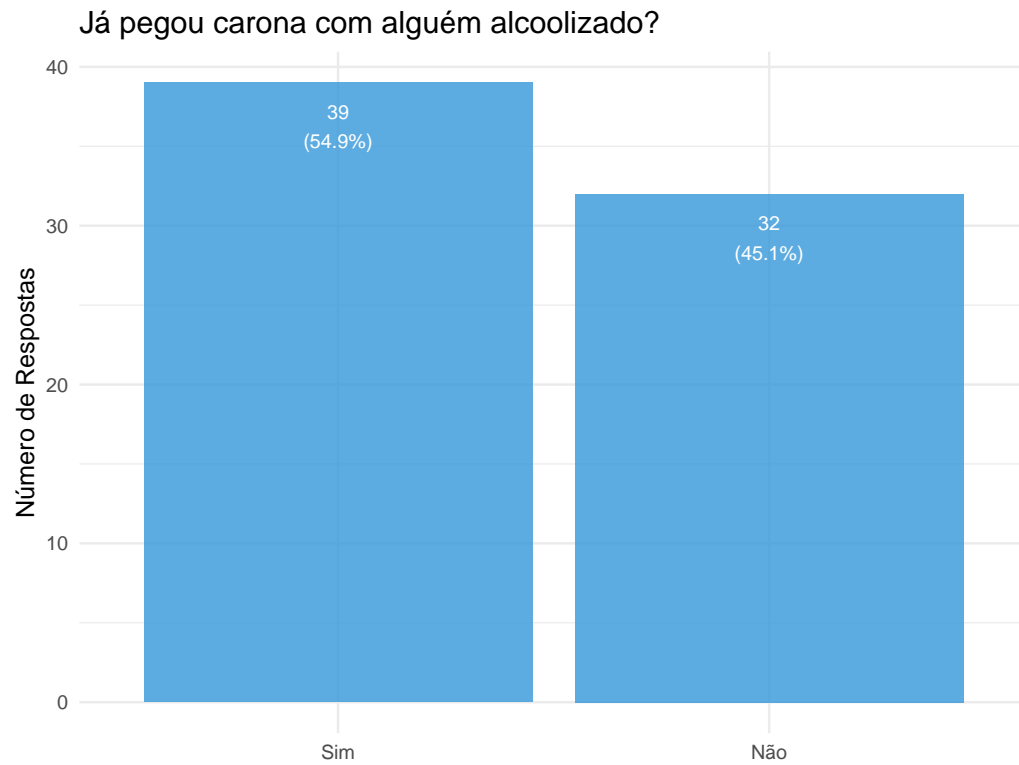


Tabela 23: Seus pais consomem bebida alcoólica?

Resposta	Quantidade	Percentual
Sim	37	52.1%
Não	34	47.9%

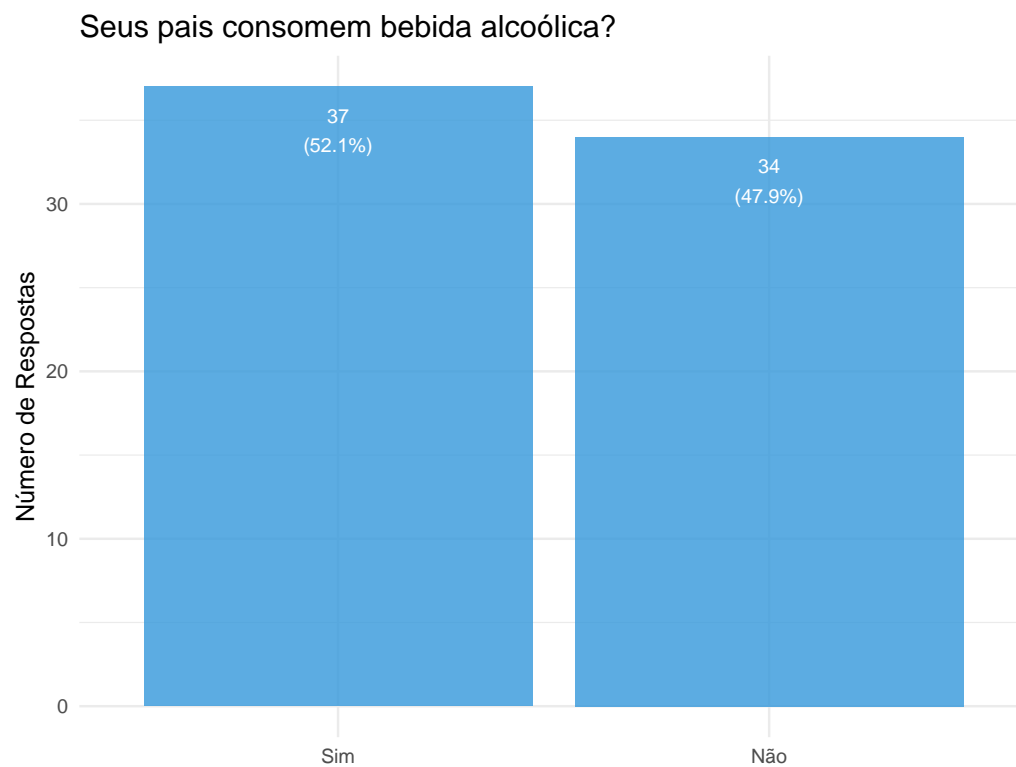
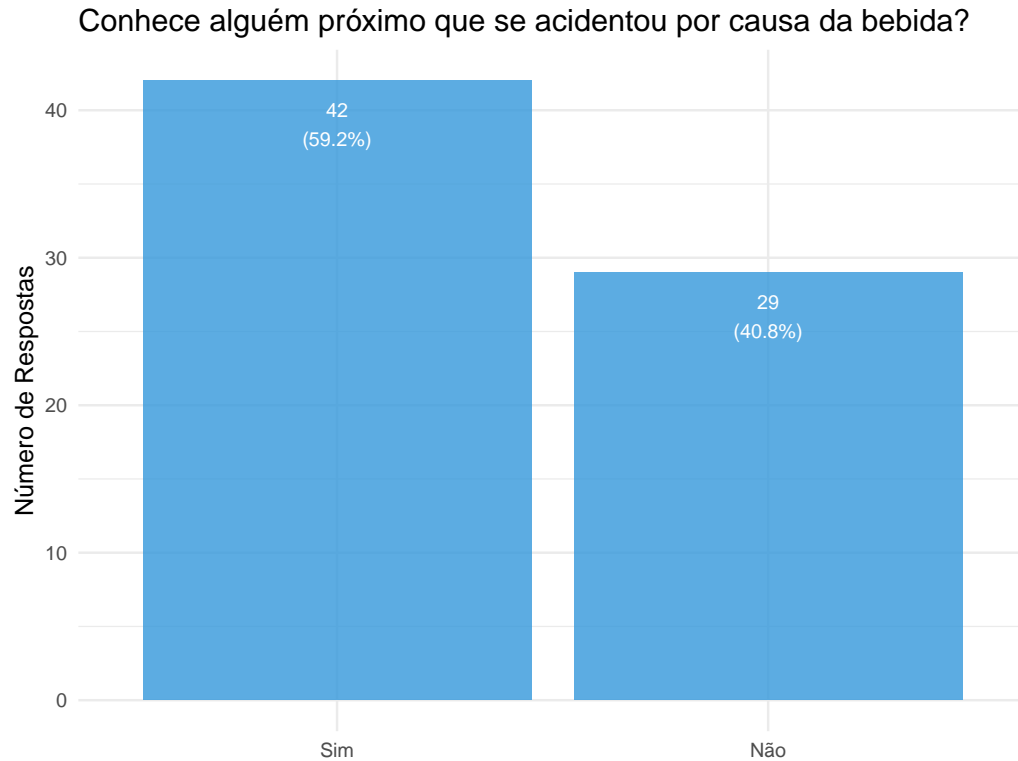


Tabela 24: Conhece alguém próximo que sofreu um acidente por causa de bebida?

Resposta	Quantidade	Percentual
Sim	42	59.2%
Não	29	40.8%



A partir da visualização dos dados obtidos podemos concluir que, na nossa amostra a grande maioria não considera o álcool importante em suas vidas, mas possuem majoritariamente pessoas na família que consomem, a iniciativa própria se demonstra ser o fator inicial majoritário entre os que consomem, nunca sofreram acidente em decorrência do uso do álcool e de maneira geral nunca dirigiram sob o seu efeito, porém temos uma proporção parecida entre os que já pegaram ou não carona com alguém sob efeito.

Cruzamento de dados (Análise Bivariada)

Após as amostras uni variadas dos dados, podemos começar a desenvolver cruzamento de dados, buscando padrões e proporções que podem surgir entre os diferentes quesitos da pesquisa. O estudo será feito em quatro eixos principais: perfil de consumo, padrão de consumo, causas do comportamento e riscos e consequências do consumo.

É calculado também em cada cruzamento o p-value, ele nos diz o nível de confiança entre a comparação das duas características comparadas. Um valor abaixo de 0.05 nos diz que a associação é estatisticamente significativa, ou seja, podemos afirmar que os comportamentos andam juntos.

Em contraponto, valores maiores que 0.05 nos levam a comparações estatisticamente insignificantes, não poderemos afirmar se a relação é proporcional ou aconteceu por acaso. Estes resultados serão apresentados após cada gráfico de comparação da proporção.

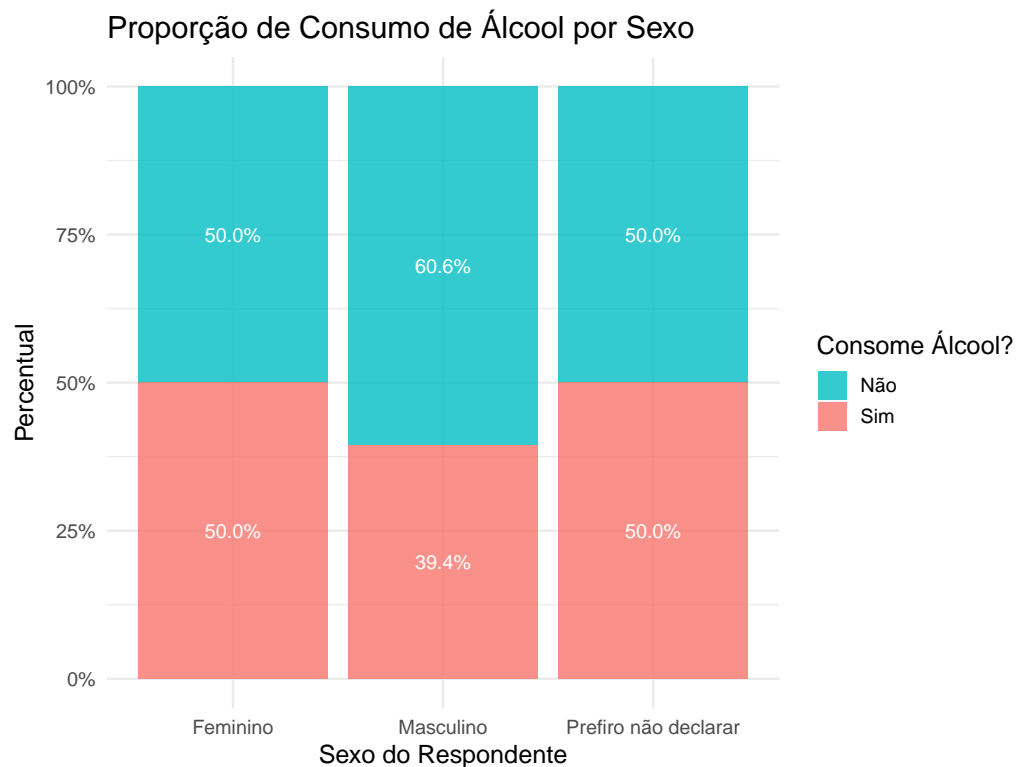
Outra variável que calculada é o X^2 , com ele podemos medir a distância entre a realidade e a expectativa em um cruzamento de informações, um valor baixo nos

informa que o observado na pesquisa é próximo ao que existiria se a relação fosse nula. Valores altos por outro lado, o observado é consideravelmente diferente do que seria esperado se não existisse relação.

Eixo 01: Perfil de consumo (Demografia vs. consumo):

Neste eixo verificamos se os dados demográficos obtidos interferem no consumo de álcool dos entrevistados, analisando gênero, religião, pais consumidores e renda familiar.

- Analisando se a proporção de consumo de álcool muda a depender do gênero do respondente. No gráfico abaixo é apresentada a proporção exata entre gênero e consumo de álcool.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 0.80251, p = 0.6695$$

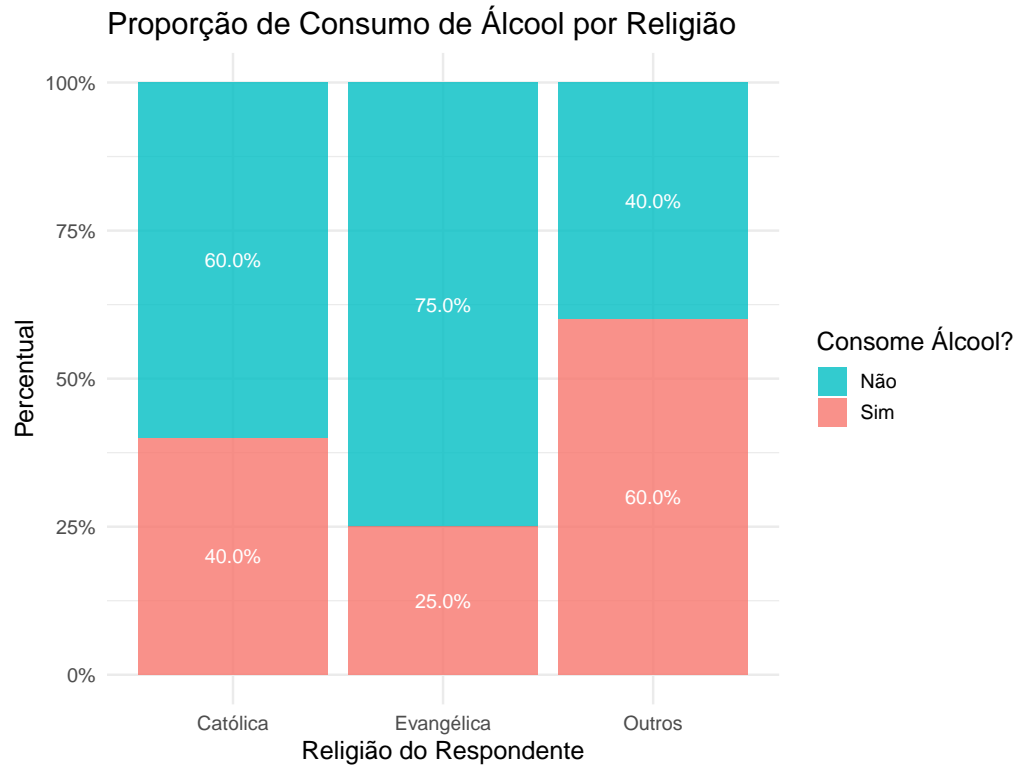
Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 25, abaixo.

Tabela 25: Tabela de cruzamento mostrando a quantidade e o percentual de consumo por sexo.

Sexo	Respondente Ingere	Quantidade	Percentual
Feminino	Não	18	50.0%
Feminino	Sim	18	50.0%
Masculino	Não	20	60.6%
Masculino	Sim	13	39.4%
Prefiro não declarar	Não	1	50.0%

Sexo	Respondente Ingere	Quantidade	Percentual
Prefiro não declarar	Sim	1	50.0%

- Analisando se a proporção de consumo muda conforme a religião do respondente. No gráfico abaixo a proporção entre consumo de álcool e religião é apresentada.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 5.5639, p = 0.06192$$

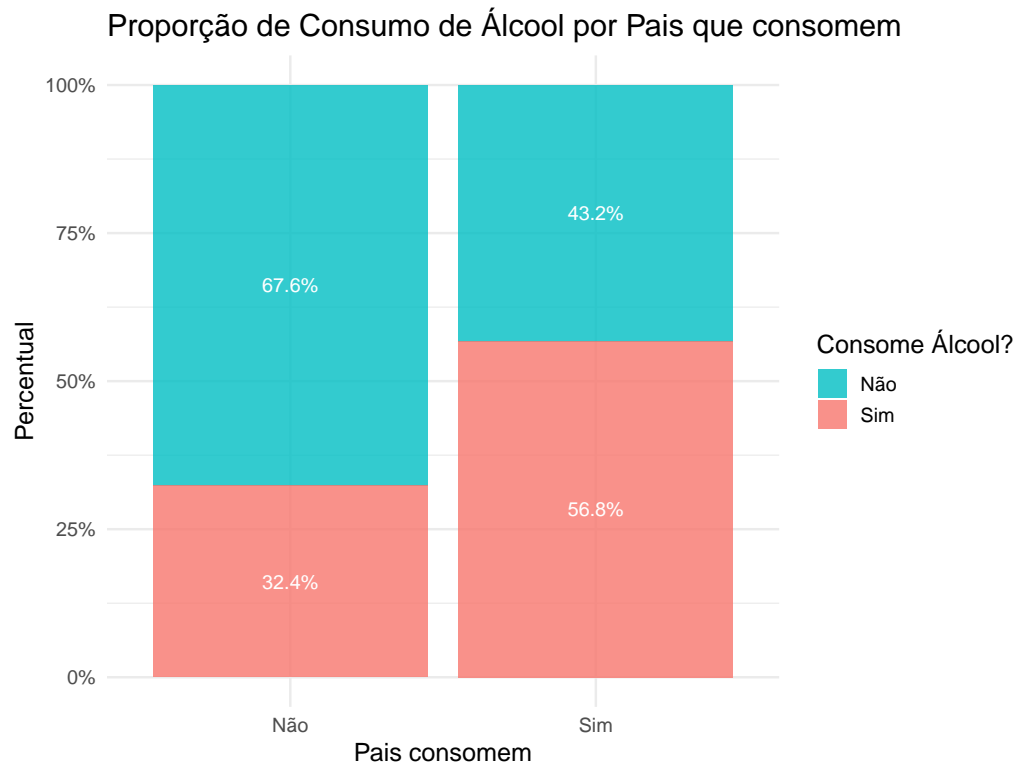
Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 26.

Tabela 26: Tabela de cruzamento mostrando a quantidade e o percentual de consumo por religião.

Religião	Respondente Ingere	Quantidade	Percentual
Católica	Não	15	60.0%
Católica	Sim	10	40.0%
Evangélica	Não	12	75.0%
Evangélica	Sim	4	25.0%
Outros	Não	12	40.0%
Outros	Sim	18	60.0%

- Verificamos se o fato dos pais do respondente consumirem ou não bebida alcoólica

interfere em seu comportamento de consumo, no gráfico abaixo visualizamos esta proporção.



Valores obtidos para X^2 e p :

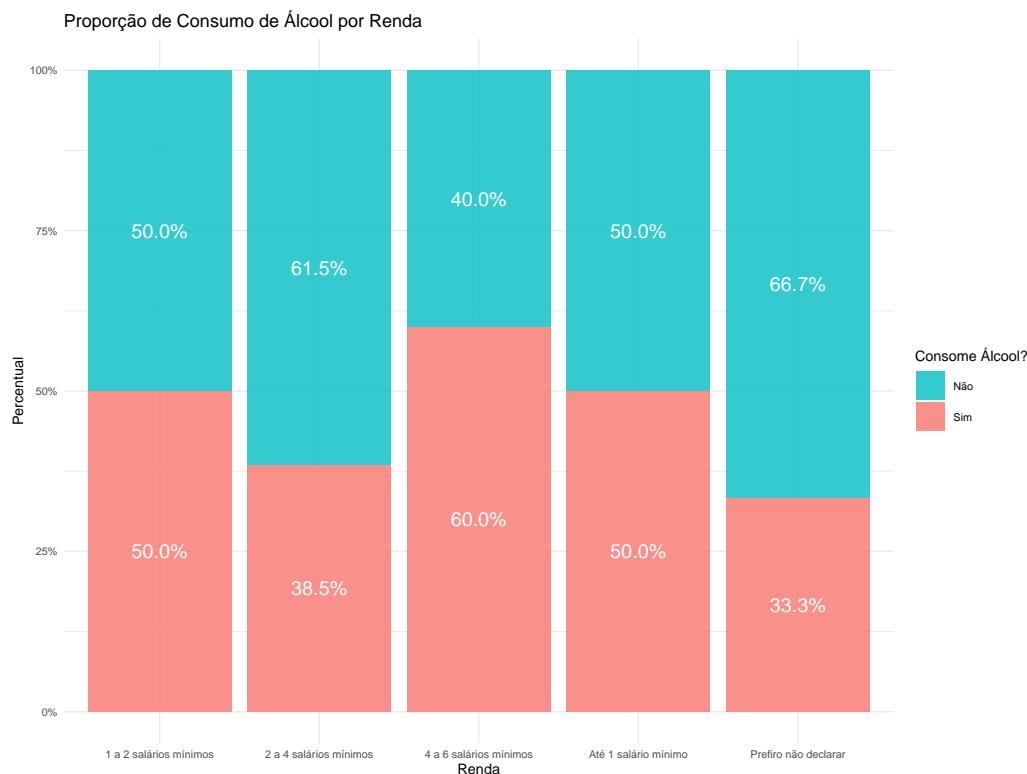
$$X^2 = 3.3335, p = 0.06778$$

Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 27.

Tabela 27: Tabela de cruzamento mostrando a quantidade e o percentual de consumo por pais que consomem

Pais Consomem	Respondente Ingere	Quantidade	Percentual
Não	Não	23	67.6%
Não	Sim	11	32.4%
Sim	Não	16	43.2%
Sim	Sim	21	56.8%

- Analisamos se a renda familiar do respondente interfere em seu comportamento em relação as bebidas alcoólicas. No gráfico podemos visualizar a proporção de consumo entre as diferentes faixas de renda.



Valores obtidos para X^2 e p :

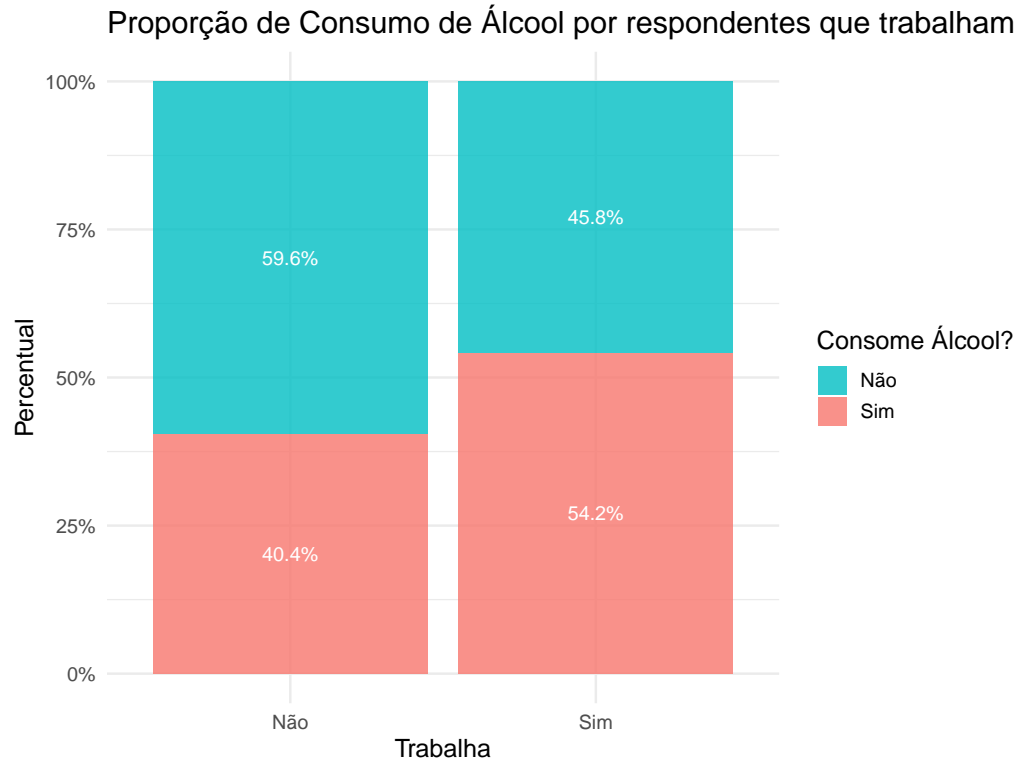
$$X^2 = 1.8872, p = 0.7565$$

Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 28.

Tabela 28: Tabela de cruzamento mostrando a quantidade e o percentual de consumo por renda

Renda Familiar	Respondente Ingere	Quantidade	Percentual
1 a 2 salários mínimos	Não	9	50.0%
1 a 2 salários mínimos	Sim	9	50.0%
2 a 4 salários mínimos	Não	8	61.5%
2 a 4 salários mínimos	Sim	5	38.5%
4 a 6 salários mínimos	Não	2	40.0%
4 a 6 salários mínimos	Sim	3	60.0%
Até 1 salário mínimo	Não	10	50.0%
Até 1 salário mínimo	Sim	10	50.0%
Prefiro não declarar	Não	10	66.7%
Prefiro não declarar	Sim	5	33.3%

- É analisada se a situação empregatícia do respondente interfere no comportamento em relação a beber ou não álcool. Comparamos se o fato do estudante estar ou não trabalhando interfere em seu padrão de consumo.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 0.72023, p = 0.3961$$

Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 29.

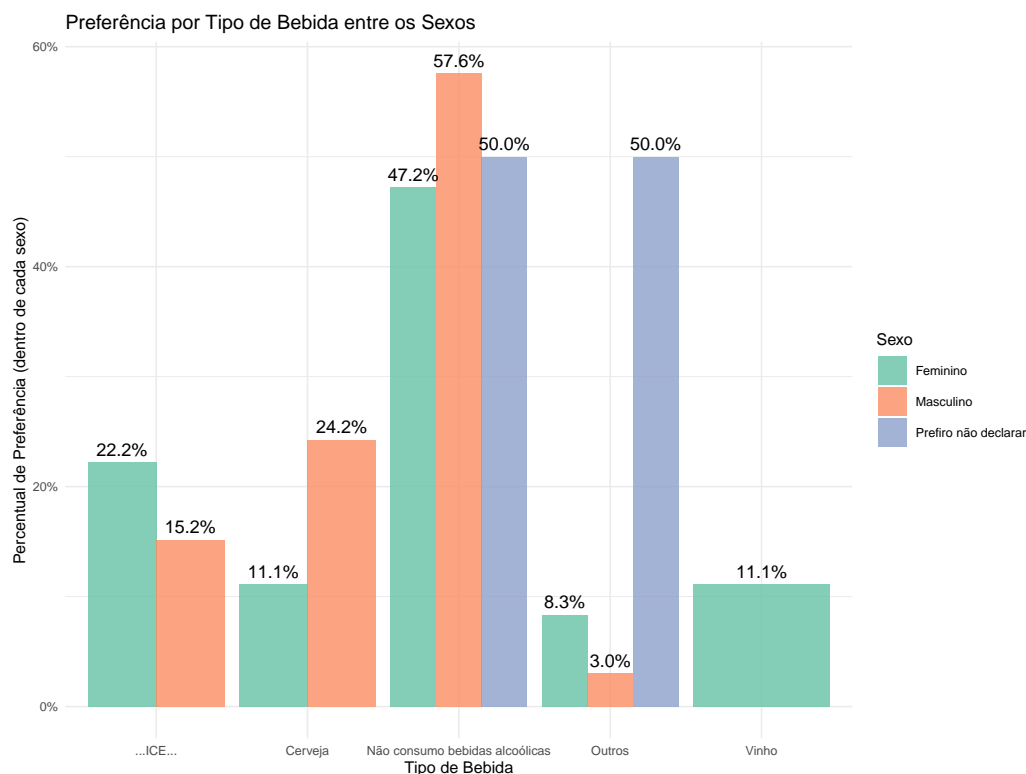
Tabela 29: Tabela de cruzamento mostrando a quantidade e o percentual de consumo por respondentes que trabalham.

Trabalha	Respondente	Ingere	Quantidade	Percentual
Não	Não		28	59.6%
Não	Sim		19	40.4%
Sim	Não		11	45.8%
Sim	Sim		13	54.2%

Eixo 02: Padrão de consumo (Demografia vs. Comportamento):

Neste eixo analisamos se as questões demográficas do estudante tem relação com seu comportamento de consumo, levando em consideração o tipo de bebida que consome e frequência com dados demográficos.

- Verificamos a preferência por um tipo de bebida em relação ao gênero. No gráfico abaixo temos a proporção por gênero em cada tipo de bebida, com isso podemos observar se esta comparação é estatisticamente plausível.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 13.276, p = 0.1027$$

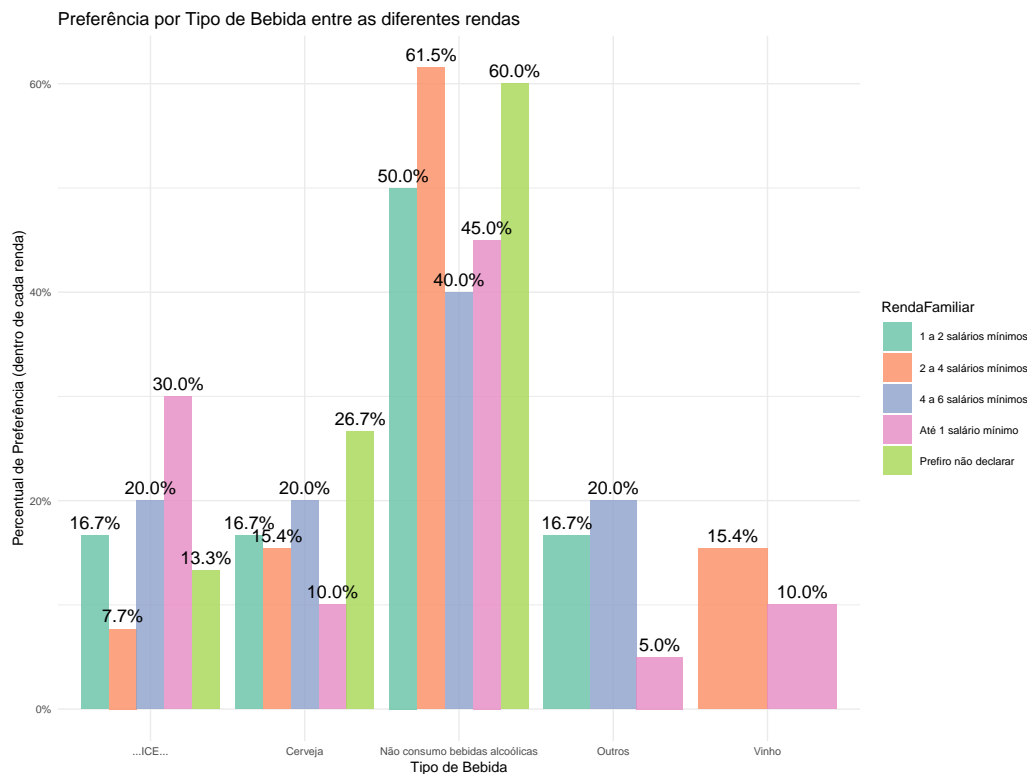
Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 30.

Tabela 30: Tabela de cruzamento mostrando a preferência por tipo de bebida dentro de cada sexo.

Sexo	Tipo de Bebida	Quantidade	Percentual
Feminino	Cerveja	4	11.1%
Feminino	Não consumo bebidas alcoólicas	17	47.2%
Feminino	Outros	3	8.3%
Feminino	Vinho	4	11.1%
Feminino	“ICE”	8	22.2%
Masculino	Cerveja	8	24.2%
Masculino	Não consumo bebidas alcoólicas	19	57.6%
Masculino	Outros	1	3.0%
Masculino	“ICE”	5	15.2%
Prefiro não declarar	Não consumo bebidas alcoólicas	1	50.0%
Prefiro não declarar	Outros	1	50.0%

- Análise da relação entre a renda familiar do respondente e o tipo de bebida que consome, é verificada se o nível de renda familiar do estudante esta diretamente ligado

ao tipo de bebida que consome. As proporções podem ser observadas no gráfico abaixo.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 15.4, p = 0.4956$$

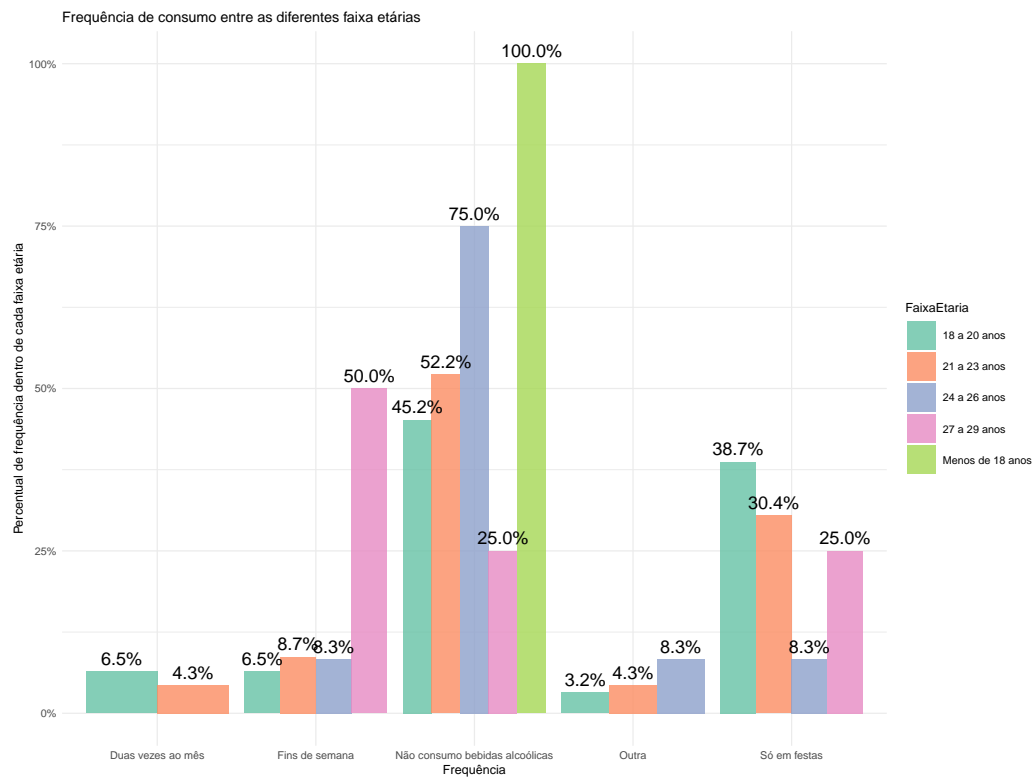
Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 31.

Tabela 31: Tabela de cruzamento mostrando a preferência por tipo de bebida dentro de cada nível de renda familiar

Renda Familiar	Tipo de Bebida	Quantidade	Percentual
1 a 2 salários mínimos	Cerveja	3	16.7%
1 a 2 salários mínimos	Não consumo bebidas alcoólicas	9	50.0%
1 a 2 salários mínimos	Outros	3	16.7%
1 a 2 salários mínimos	“ICE”	3	16.7%
2 a 4 salários mínimos	Cerveja	2	15.4%
2 a 4 salários mínimos	Não consumo bebidas alcoólicas	8	61.5%
2 a 4 salários mínimos	Vinho	2	15.4%
2 a 4 salários mínimos	“ICE”	1	7.7%
4 a 6 salários mínimos	Cerveja	1	20.0%
4 a 6 salários mínimos	Não consumo bebidas alcoólicas	2	40.0%
4 a 6 salários mínimos	Outros	1	20.0%
4 a 6 salários mínimos	“ICE”	1	20.0%
Até 1 salário mínimo	Cerveja	2	10.0%

Renda Familiar	Tipo de Bebida	Quantidade	Percentual
Até 1 salário mínimo	Não consumo bebidas alcoólicas	9	45.0%
Até 1 salário mínimo	Outros	1	5.0%
Até 1 salário mínimo	Vinho	2	10.0%
Até 1 salário mínimo	“ICE”	6	30.0%
Prefiro não declarar	Cerveja	4	26.7%
Prefiro não declarar	Não consumo bebidas alcoólicas	9	60.0%
Prefiro não declarar	“ICE”	2	13.3%

- Analisamos se a faixa etária do respondente interfere em seu comportamento no consumo de bebidas alcoólicas, o gráfico abaixo compara de forma direta a relação entre frequência e faixa etária. Com isso pode ser observado se os mais jovens ou mais velhos consomem mais ou menos álcool.



Valores obtidos para X^2 e p :

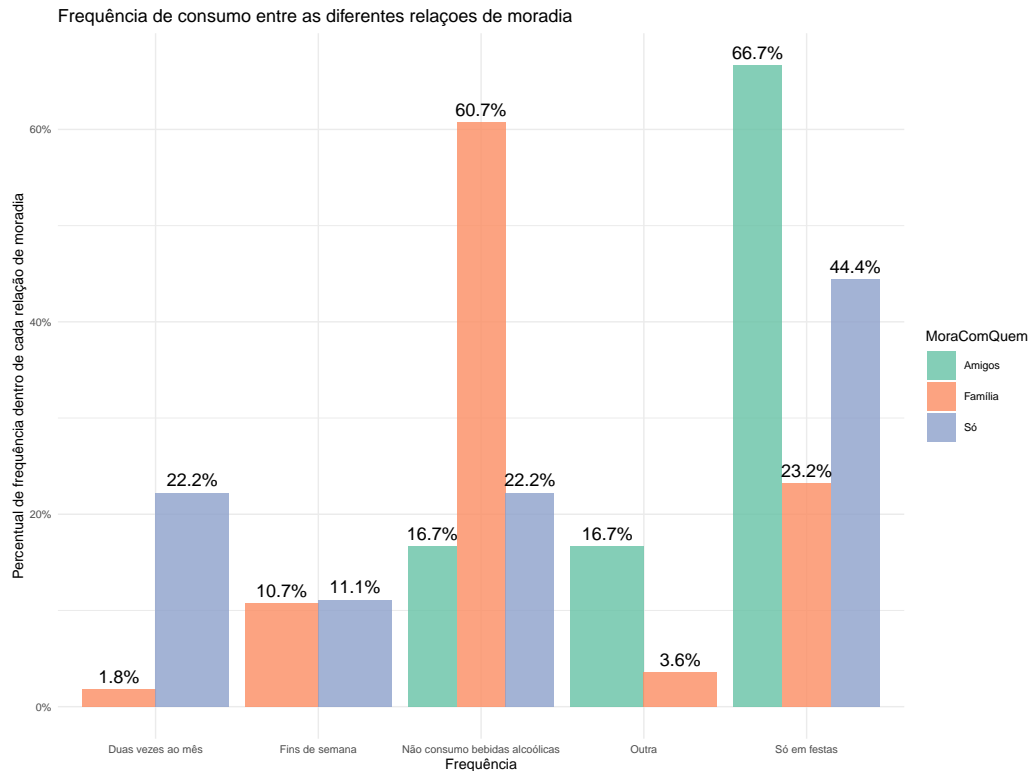
$$X^2 = 14.441, p = 0.5659$$

Os dados brutos podem ser analisados na Tabela 32.

Tabela 32: Tabela de cruzamento mostrando a frequência de consumo em diferentes faixa etárias

Faixa Etária	Frequência	Quantidade	Percentual
18 a 20 anos	Duas vezes ao mês	2	6.5%
18 a 20 anos	Fins de semana	2	6.5%
18 a 20 anos	Não consumo bebidas alcoólicas	14	45.2%
18 a 20 anos	Outra	1	3.2%
18 a 20 anos	Só em festas	12	38.7%
21 a 23 anos	Duas vezes ao mês	1	4.3%
21 a 23 anos	Fins de semana	2	8.7%
21 a 23 anos	Não consumo bebidas alcoólicas	12	52.2%
21 a 23 anos	Outra	1	4.3%
21 a 23 anos	Só em festas	7	30.4%
24 a 26 anos	Fins de semana	1	8.3%
24 a 26 anos	Não consumo bebidas alcoólicas	9	75.0%
24 a 26 anos	Outra	1	8.3%
24 a 26 anos	Só em festas	1	8.3%
27 a 29 anos	Fins de semana	2	50.0%
27 a 29 anos	Não consumo bebidas alcoólicas	1	25.0%
27 a 29 anos	Só em festas	1	25.0%
Menos de 18 anos	Não consumo bebidas alcoólicas	1	100.0%

- Analisamos se as pessoas que residem com o respondente podem interferir em seu padrão de consumo, com isso pode ser respondido se a frequência de consumo do estudante muda conforme o tipo de relação pessoal que se encontra sua moradia.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 19.238, p = 0.01364$$

Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 33.

Tabela 33: Tabela de cruzamento mostrando a frequência de consumo em diferentes relações de moradia

Mora Com Quem	Frequência	Quantidade	Percentual
Amigos	Não consumo bebidas alcoólicas	1	16.7%
Amigos	Outra	1	16.7%
Amigos	Só em festas	4	66.7%
Família	Duas vezes ao mês	1	1.8%
Família	Fins de semana	6	10.7%
Família	Não consumo bebidas alcoólicas	34	60.7%
Família	Outra	2	3.6%
Família	Só em festas	13	23.2%
Só	Duas vezes ao mês	2	22.2%
Só	Fins de semana	1	11.1%
Só	Não consumo bebidas alcoólicas	2	22.2%
Só	Só em festas	4	44.4%

Uma conclusão que pode ser realizada nos eixos 1 e 2 de pesquisa, é que de maneira geral foi encontrado um elevado valor de p , isso comprova que a comparação entre as

variáveis é estatisticamente insignificante e que as diferenças proporcionais observadas nos gráficos podem ter sido obtidas ao acaso.

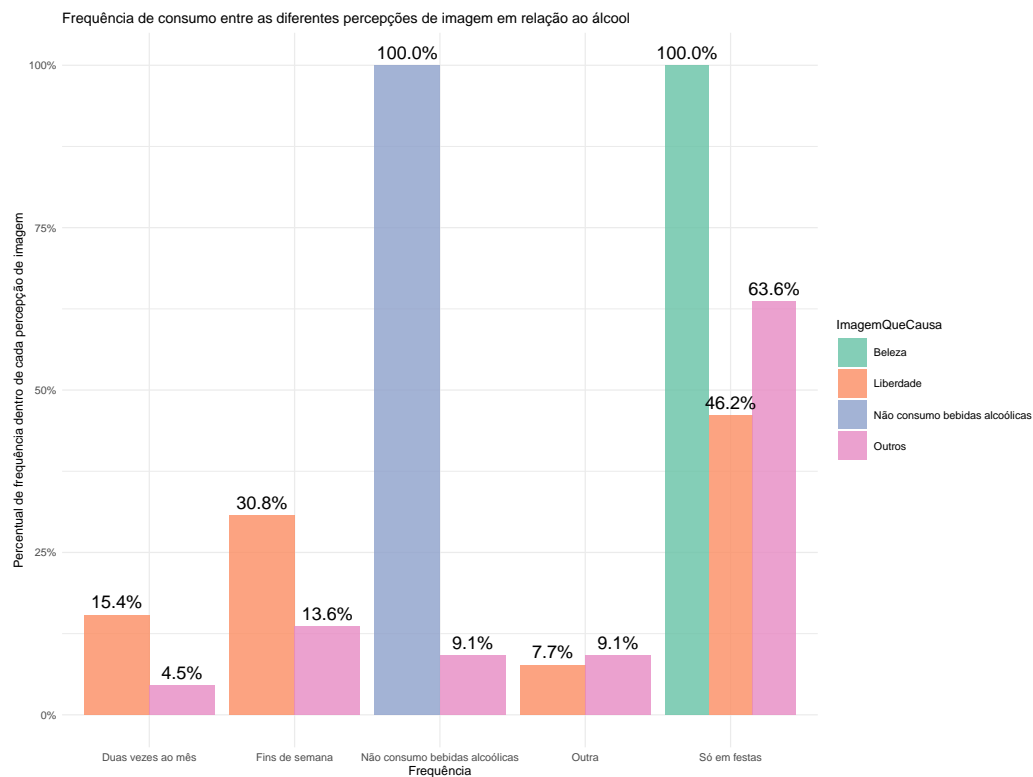
Entretanto, obtivemos sucesso ao encontrar uma relação estatisticamente significativa com o baixo valor de p entre frequência de consumo e divisão de moradia do estudante. Visualizando o gráfico observamos que o grupo que divide residência com a família se destaca entre os que não consomem, concluímos que residir com a família inibi o consumo frequente e atua como uma forma de "proteção ao estudante".

Em contraposto ao ponto acima, estudantes que dividem residência com amigos tendem a beber de forma massiva socialmente e concentrado em eventos. Os estímulos deste grupo nos levam direcionam o consumo para um padrão pontual e pouco rotineiro. O grupo de estudantes que reside sozinho apresentou o padrão mais complexo, obtendo um valor considerável em todos os quesitos, representando um maior risco em desenvolver um hábito rotineiro de consumo.

Eixo 03: Influências (Causas do comportamento)

Neste eixo verificamos as possíveis causas do comportamento, analisando percepção de imagem em relação ao álcool e o motivo de ter iniciado em relação a frequência e idade que iniciou o consumo.

- Analisando se a imagem que os respondentes tem em relação a bebida interfere na frequência de consumo deles.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 70.49, p = 2.593e - 10$$

Nesta relação é provável que tenhamos um caso de quesito com poucas respostas, podemos visualizar o quesito beleza com majoritária participação no campo dos que bebem em festas. O quesito liberdade se distribui de maneira parecida na maioria dos campos.

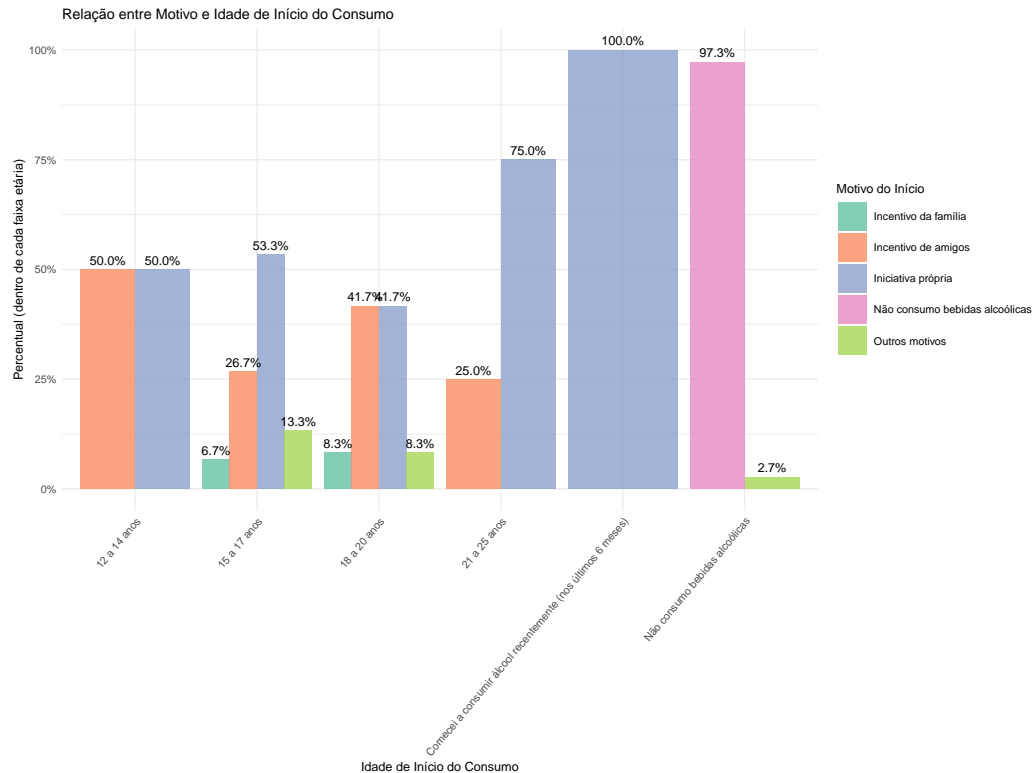
Por fim, o quesito outros tem destaque entre os que bebem em festas, indicando diferentes percepções de imagem deste público em relação a bebida.

Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 34.

Tabela 34: Tabela de cruzamento mostrando a frequência de consumo em diferentes percepções de imagem em relação ao álcool

Imagem Que Causa	Frequência	Quantidade	Percentual
Beleza	Só em festas	1	100.0%
Liberdade	Duas vezes ao mês	2	15.4%
Liberdade	Fins de semana	4	30.8%
Liberdade	Outra	1	7.7%
Liberdade	Só em festas	6	46.2%
Não consumo bebidas alcoólicas	Não consumo bebidas alcoólicas	35	100.0%
Outros	Duas vezes ao mês	1	4.5%
Outros	Fins de semana	3	13.6%
Outros	Não consumo bebidas alcoólicas	2	9.1%
Outros	Outra	2	9.1%
Outros	Só em festas	14	63.6%

- É analisado agora se por exemplo, pessoas que começaram a consumir por incentivo de amigos iniciarão antes do que os de iniciativa própria, o gráfico abaixo mostra esta proporção.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 75.11, p = 2.612e - 08$$

Visualizando o gráfico acima e com os valor de p obtido é possível concluir que a iniciativa própria e de amigos é o fator determinante para iniciar o consumo, isso é observado de forma clara nas faixas iniciais que começam nos 12 e vão aos 25 anos. A família aparece de forma pouco expressiva e se demonstrar ser um fator de pouca influência neste quesito.

Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 35.

Tabela 35: Tabela de cruzamento mostrando o motivo do por que ter começado a ingerir bebida alcoólica e a idade em que iniciou

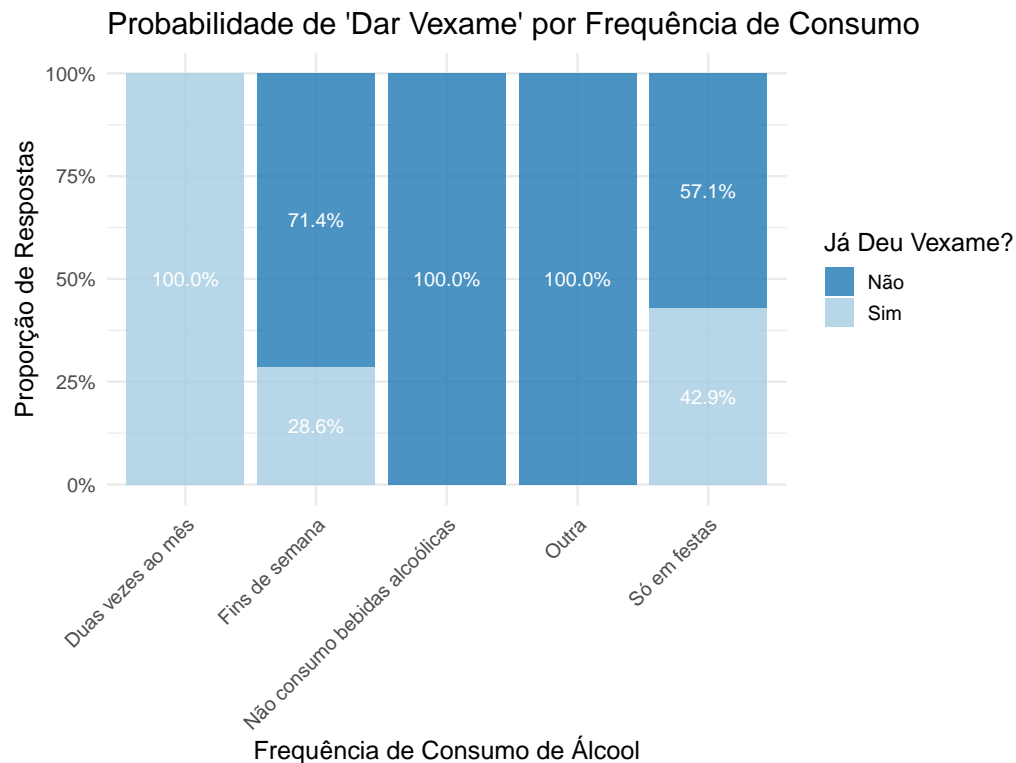
Motivo Do Começo			
No Álcool	Idade Que Começou	Quantidade	Percentual
Incentivo da família	15 a 17 anos	1	6.7%
Incentivo da família	18 a 20 anos	1	8.3%
Incentivo de amigos	12 a 14 anos	1	50.0%
Incentivo de amigos	15 a 17 anos	4	26.7%
Incentivo de amigos	18 a 20 anos	5	41.7%
Incentivo de amigos	21 a 25 anos	1	25.0%
Iniciativa própria	12 a 14 anos	1	50.0%
Iniciativa própria	15 a 17 anos	8	53.3%

Motivo Do Começo No Álcool	Idade Que Começou	Quantidade	Percentual
Iniciativa própria	18 a 20 anos	5	41.7%
Iniciativa própria	21 a 25 anos	3	75.0%
Iniciativa própria	Comecei a consumir álcool recentemente (nos últimos 6 meses)	1	100.0%
Não consumo bebidas alcoólicas	Não consumo bebidas alcoólicas	36	97.3%
Outros motivos	15 a 17 anos	2	13.3%
Outros motivos	18 a 20 anos	1	8.3%
Outros motivos	Não consumo bebidas alcoólicas	1	2.7%

Eixo 04: Riscos e consequências

Neste eixo analisamos a relação entre os impactos negativos e o comportamento de consumo, relacionando fatores como a mistura álcool e direção, situações vergonhosas e frequência de consumo.

- Podemos analisar se o padrão de consumo se encontra diretamente ligado a passar por questões vergonhosas devido ao uso do álcool. No gráfico abaixo encontramos a proporção entre as variáveis.



Valores obtidos para X^2 e p :

$$X^2 = 29.488, p = 6.221e - 06$$

Nesta relação é apresentado um comportamento um pouco complexo, primeiro é observado que o grupo que não consome bebida alcoólica nunca passou por situações vergonhosas, isso mantém a lógica da pesquisa e do cruzamento de variáveis confiável.

O grupo que consome de maneira moderada, somente em finais de semana, mostrou ter mais controle sobre as ações ao estar sob efeito do álcool. Por outro lado, aqueles que consomem em festas se demonstram com menos controle próprio, sendo mais propensos a situações de vergonha pessoal.

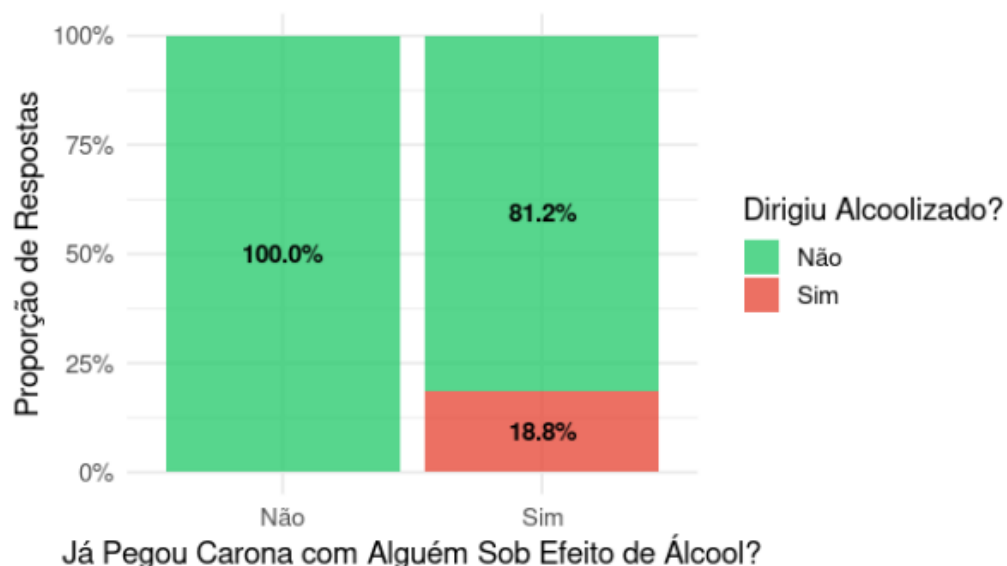
Podemos concluir que de certa maneira a relação não é linear, além disso podem ter ocorrido questões de proporção devido a homogeneidade das respostas daqueles que consomem duas vezes ao mês, indicando um baixo número de respostas neste quesito.

Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 36.

Tabela 36: Tabela de cruzamento mostrando o risco de vexame por frequência de consumo.

Frequência	Deu Vexame	Quantidade	Percentual
Duas vezes ao mês	Sim	3	100.0%
Fins de semana	Não	5	71.4%
Fins de semana	Sim	2	28.6%
Não consumo bebidas alcoólicas	Não	37	100.0%
Outra	Não	3	100.0%
Só em festas	Não	12	57.1%
Só em festas	Sim	9	42.9%

- É analisado se o comportamento de pegar uma carona com alguém sob efeito de álcool instiga as pessoas que consomem a também dirigem sob efeito.



Valores obtidos para X^2 e p :

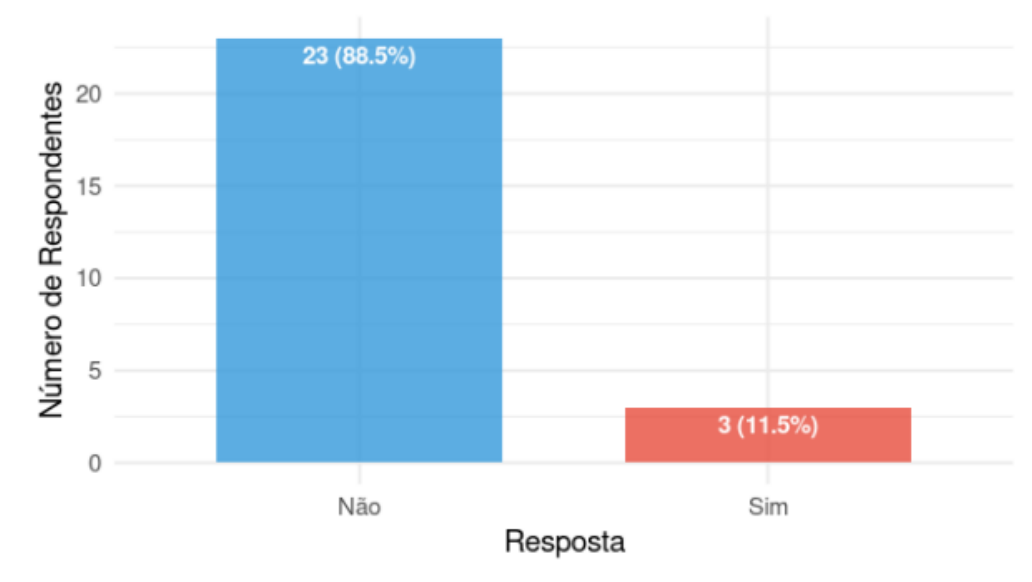
$$X^2 = 0.68062, p = 0.4094$$

Os dados brutos podem ser analisados na Tabela 37.

Tabela 37: Tabela de cruzamento entre o hábito de aceitar carona de risco e o de dirigir alcoolizado.

Pegou Carona de Risco?	Dirigiu Alcoolizado: Não	Dirigiu Alcoolizado: Sim
Não	10 (100.0%)	0 (0.0%)
Sim	13 (81.2%)	3 (18.8%)

- Analisamos a proporção entre as pessoas que ingerem álcool e já dirigiram sob o efeito dele, com o estudo desse caso podemos averiguar se o ato do consumo se encontra proporcionalmente ligado a dirigir sob efeito do álcool.



Por se tratar de uma correlação de certa maneira direta, não temos o cálculo do valor p e nem do X ao quadrado. Os dados brutos podem ser visualizados na Tabela 38.

Tabela 38: Distribuição de respondentes consumidores de álcool segundo o hábito de dirigir após beber.

Resposta	Quantidade	Percentual
Não	23	88.5%
Sim	3	11.5%

Concluindo a análise dos eixos 3 e 4, obtivemos um comportamento diferente no valor p em todo eixo 3 e na maioria dos casos do eixo 4. Os valores muito baixos indicam que a associação feita entre as variáveis não é fruto do acaso, ou seja, existe uma conexão estatisticamente real e significativa entre elas.

Esta observação se tornou falha somente ao analisar estudantes que já dirigiram sob efeito de álcool e pegaram carona com alguém sob efeito de álcool. Nesta, o valor de p foi elevado indicando uma comparação estatística com variações que podem ter ocorrido ao acaso ou por mera coincidência.

É importante salientar que alguns tópicos abordados no questionário não foram utilizados no cruzamento de dados, são eles: Semestre, tipo de escola que estudou, possui veículo ou não, importância do álcool na vida, consumo na família em geral, quantos copos por dia e sofrimento de acidentes devido ao consumo. A falta desses componentes se deu devido a proporção de respostas em cada um deles, apresentando um comportamento homogêneo ou com concentração em categorias específicas.

Análise numérica descritiva

Um problema para colocar em números nossos dados de idade da pesquisa é a utilização de faixa etária para quantificar este quesito, para realizar o cálculo é feita então a transformação para um valor factível.

Essa mudança é feita utilizando o padrão do ponto médio dentro da faixa etária, o resultados das atribuições pode ser visualizado na Tabela 39.

Tabela 39: Mapeamento das Faixas Etárias para Valores Numéricos

Faixa Etária Original	Valor Numérico Atribuído
Menos de 18 anos	17
18 a 20 anos	19
21 a 23 anos	22
24 a 26 anos	25
27 a 29 anos	28

Para a faixa de ponta, aqueles com menos de 18 anos, foi atribuído o valor 17. Nesse caso, podemos subestimar ou superestimar os dados obtidos, mas o ganho em larga escala é considerável.

Cálculo estatística descritiva

Com os valores de idade numericamente obtidos, foi possível encontrar o público alvo que a pesquisa atingiu em questão a esta variável de análise.

A moda encontrada foi igual a 19 anos, indicando uma predominância de estudantes mais jovens e em semestres iniciais. A mediana de 22 anos nos leva ao centro do nosso público, sendo metade tendo menos de 22 e mais de 22 anos.

Por fim tivemos uma média aritmética de 21.46 anos, a média ligeiramente menor que a mediana nos leva a uma assimetria a esquerda. Reforçando novamente o número mais de estudantes mais jovens no escopo da pesquisa.

O intervalo interquartil obtido de 3 anos, resulta em cenário em que 50% das amostras centrais (desconsiderando os 25% mais jovens e mais velhos) estão concentrados em uma faixa de idade estreita, 3 anos.

As informações completas podem ser visualizadas na Tabela 40.

Tabela 40: Estatísticas Descritivas da Idade dos Respondentes.

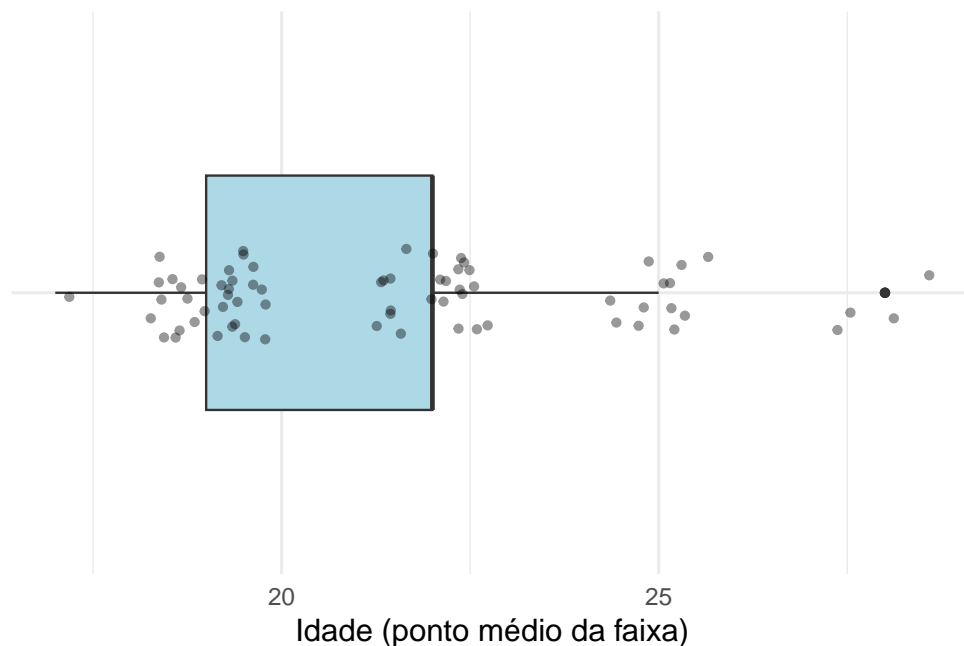
Medida Estatística	Valor (em anos)
Média	21.46
Mediana	22.00
Moda	19.00
Primeiro Quartil (Q1)	19.00
Terceiro Quartil (Q3)	22.00
Intervalo Interquartil (IIQ)	3.00

O gráfico abaixo concentra tudo o que foi posto na Tabela 40, a "caixa azul" representa o bloco centra do público alvo, começando no primeiro quartil (19 anos) e finalizando no terceiro (22 anos). Isso representa fielmente o intervalo interquartil de 3 anos.

A linha preta em negrito (à direita da caixa) representa a mediana, sua posição igualitária em relação ao terceiro quartil demonstra que os 25% dos dados se concentram exatamente entre os dois, enquanto os outros 25% se espalham até o primeiro quartil. Reforçando a assimetria a esquerda.

A moda se apresenta visualmente com a alta densidade de pontos próximo ao 19, fora do escopo da "caixa", temos uma cauda prolongada e bem distribuída no lado direito, indicando um menor número de estudantes mais velhos.

Boxplot da Idade dos Respondentes



Conclusão

O presente estudo teve como objeto analisar os padrões de consumo alcoólico entre os estudantes da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), a amostra possuía um

total de 71 respondentes caracterizados de forma homogênea por um público jovem que está iniciando a vida acadêmica.

Diversos pontos demográficos, socioeconômicos e relativos ao consumo de álcool foram abordados, o cruzamento dos dados apontou que quesitos demográficos importantes como o gênero não obtiveram uma relação estatisticamente significativa com o consumo de álcool. De maneira geral, os quesitos demográficos e sociais obtiveram resultados elevados de p em seus cruzamentos com os objetos de foco da pesquisa.

Por outro lado, ao analisarmos questões de influência e risco relacionadas ao consumo, obtivemos cruzamentos com valores de p significativamente baixos. Isso indica uma relação estatisticamente significativa nesses quesitos.

Com este resultado, podemos afirmar que, de certa forma, questões sociais, demográficas e de renda não interferem nos padrões de consumo alcoólico dos estudantes. Visualizamos esta interferência de maneira mais incisiva nos campos relacionados a percepção de imagem que os estudantes têm em relação ao álcool e ao motivo de iniciarem o consumo.

É necessário reconhecer algumas limitações nesta pesquisa, a principal delas está diretamente ligada de certa maneira ao limitado número de respostas. Consequência desta questão é a homogeneidade de proporção em alguns quesitos e sub-quesitos, isto de certa forma limita a correta análise e correlação dos dados obtidos.

Com base nos dados obtidos na pesquisa, órgãos responsáveis podem trabalhar em campos específicos que podem contribuir para campanhas que conscientizem para um consumo alcoólico moderado entre os estudantes, a relação estatisticamente significativa entre ter sido protagonista de uma situação vergonhosa e a frequência de consumo contribuem para esta ação e provam o problema.

Outro ponto importante e que pode ser usado nestas ações é a clara relação entre percepção de imagem em relação à bebida e frequência de consumo, foi constatado uma estatística significante no cruzamento dessas duas variáveis. Por fim, o mais preocupante foi observado entre a relação de moradia e frequência de consumo, estudantes que residem sozinhos tendem a beber com mais frequência e dessa forma criar um hábito rotineiro de consumo.