

## **Estudo das qualidades psicométricas em escalas de expectativas em relação ao tabaco, álcool e haxixe**

Ana Tavares<sup>1</sup> & Jorge Negreiros<sup>2</sup>

*1. Administração Regional de Saúde do Norte, I.P. - Divisão de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e Dependências,  
Portugal*

*2. Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, Portugal*

### **Resumo**

As atitudes em relação às substâncias são influenciadas por dimensões cognitivas tais como o conhecimento sobre o efeito das substâncias e as expectativas em relação ao seu uso. O presente estudo teve como principal objectivo avaliar as qualidades psicométricas de três escalas de expectativas em relação ao tabaco, álcool e haxixe como medidas da dimensão informativa nos programas de prevenção do consumo de substâncias nos adolescentes em contexto escolar. A amostra foi constituída por 291 adolescentes, com média de idades de 12.8 (SD=0.670), de cidades do interior de norte de Portugal (Chaves, Régua e Moimenta da Beira). Foram realizadas análises fatoriais necessárias para a validação da estrutura fatorial e da coerência interna. São discutidas as implicações deste estudo para a investigação e para a intervenção.

**Palavras-chave:** Prevenção; adolescência; expectativas.

### Abstract

Attitudes towards substances are influenced by cognitive dimensions such as knowledge about its effects and expectations in relation to its use. The purpose of the present study was to investigate the psychometric qualities of three expectation scales in relation to tobacco, alcohol and hashish as measurement for the informative dimension in prevention programmes in school context. The study was conducted among 291 students, with average age of 12.8 (SD = 0.670), from inner cities of Northern Portugal (Chaves, Régua and Moimenta da Beira). The results from analyses of the three scales evidenced internal reliability. Implications of this study for research are discussed.

**Keywords:** Prevention; Adolescence; Expectations.

### Introdução

A investigação sobre o uso de substâncias na adolescência tem vindo a demonstrar o papel das expectativas como mediadoras cognitivas e preditoras do comportamento (Chitas, 2010; Cooper, 1994; Cooper, Frone, Russel & Mudar, 1995; Newcomb, Chou, Bentler & Huba, 1988; Wills, Sandy & Shinar, 1999). Como tal, as expectativas sobre o uso de substâncias desenvolvem-se antes da experiência em si e por mecanismos de aprendizagem social, que atribuem uma tonalidade positiva ou negativa ao comportamento e às consequências do mesmo. Neste sentido, as expectativas são claramente um elemento antecedente ao comportamento, adquiridas em função do ambiente e da aprendizagem, estando intimamente relacionadas com os processos de socialização (Becoña, 2002). De acordo com os modelos sociocognitivos da etiologia do uso de substâncias, o estudo sobre as atitudes e a mudança de atitudes em relação às substâncias deve englobar o próprio conceito de expectativas, na medida em que estas fazem parte dos processos sociocognitivos que contribuem para influenciar o grau de envolvimento do indivíduo no comportamento. Neste sentido, a investigação recente sobre a eficácia dos programas de prevenção do uso de substâncias com adolescentes refere que os programas mais eficazes devem ter impacto, entre outras dimensões, ao nível das expectativas relacionadas com as substâncias através do aumento do conhecimento sobre os efeitos das mesmas, da promoção de atitudes desfavoráveis ao uso de substâncias e correção das expectativas sobre a normatividade do uso de substâncias entre os pares (Botvin, 1999; Botvin & Griffin, 2006, 2007; EMCDDA, 2008; Lemstra et al., 2010; Soole, Mazeroole & Rombouts, 2008). Além disso, vários estudos têm demonstrado a relação e o impacto das expectativas no comportamento do uso de substâncias, não só em termos das variáveis contextuais

antecedentes como das consequências relacionadas com o comportamento (Chitas, 2010; Wills et al., 1999; Cooper, 1994; Cooper, Frone, Russell & Mudar, 1995; Newcomb et al., 1988; Henry, Swaim & Slater, 2005; Cooper, Russell, Skinner & Windle, 1992). Por outro lado, ao nível da eficácia dos programas são igualmente relevantes as questões da avaliação, nomeadamente a importância da utilização de instrumentos com estudos prévios das suas qualidades psicométricas, com boa validade e fidelidade (Botvin & Griffin, 2005; Flay, Biglan, Boruch, Castro, Gotfredson, Kellam, Moscicki, Schinke, Valentine, Ji, 2005).

Deste modo, o estudo que se apresenta teve como objetivo analisar as qualidades psicométricas de Escalas de Expetativas sobre o Consumo de Tabaco, Álcool e Haxixe (Chitas, 2010), como parte da avaliação da componente informativa de um programa de prevenção de uso de substâncias para adolescentes em contexto escolar.

## **Metodologia**

### **Participantes**

Os participantes deste estudo fazem parte de uma amostra pertencente ao grupo experimental de uma investigação sobre prevenção do uso de substâncias em contexto escolar, de escolas de Chaves, Poiares da Régua e Moimenta da Beira. Previamente à recolha de dados, procedeu-se ao pedido de consentimento informado aos encarregados de educação. A aplicação dos questionários ocorreu em contexto de sala de aula, em períodos lectivos de 45', por técnicos envolvidos no projeto e externos à escola, garantindo deste modo os critérios de confidencialidade face ao preenchimento dos mesmos. Os técnicos que aplicaram os questionários seguiram um mesmo guião de procedimentos, para que se verificasse uniformidade do processo de recolha de dados. Conseguiram-se 291 questionários válidos para análise estatística, com média de idade de 12.8 (SD=0.67), sendo que 51.5% da amostra pertence ao sexo masculino e 47.4% pertence ao sexo feminino.

### **Instrumentos**

Os instrumentos analisados neste estudo fazem parte de um protocolo mais abrangente que pretende analisar várias medidas, entre as quais as expetativas face ao consumo de tabaco, álcool e haxixe (Chitas, 2010). No estudo atual, pretendeu-se analisar as qualidades psicométricas das escalas de expetativas face ao consumo de tabaco, álcool e haxixe (Chitas, 2010) para a amostra já referenciada, como medidas da componente informativa do programa de prevenção. As escalas são estruturalmente idênticas constituídas por 24 itens, diferindo apenas no tipo de substância a que se refere, quer seja o tabaco, o álcool ou o haxixe. São constituídas por 6 subescalas

nomeadamente *Subescala de Promoção do Self*, *Subescala de Socialização*, *Subescala de Regulação das Emoções*, *Subescala de Alívio do Tédio e do Aborrecimento*, *Subescala* sobre as expetativas face às consequências do consumo destas substâncias na Condição e Saúde Físicas e *Subescala* sobre as expetativas face às consequências do consumo destas substâncias nos *Objetivos de Realização*, desenvolvidas no estudo de Chitas (2010).

### **Procedimento**

Para analisar as qualidades psicométricas das escalas de expetativas em relação ao tabaco, álcool e haxixe (Chitas, 2010) foram realizadas as análises estatísticas necessárias, nomeadamente a análise fatorial exploratória de componentes principais e análise de consistência interna, utilizando o SPSS 22.0.

## **Resultados**

De seguida, apresentam-se os resultados referentes a cada uma das escalas de expetativas analisada.

### **Escala de expetativas sobre o consumo de Tabaco**

**Análise fatorial de componentes principais.** A análise de componentes principais da escala com os 24 itens demonstra adequação da amostra aos procedimentos de análise fatorial e os valores na matriz anti imagem refletem que as variáveis se ajustam à estrutura fatorial. Após as variadas análises das comunalidades e do padrão de saturação e distribuição dos itens por fatores, optou-se por retirar os itens “Fumar faz sentir as pessoas mais energéticas”, “Fumar ajuda as pessoas a relacionarem-se melhor com os outros” e “As pessoas fumam quando não têm nada de mais interessante para fazer”, na medida em que as comunalidades e as saturações eram inferiores a 0.500. Após a eliminação destes itens, procedeu-se a nova extração e rotação varimax, limitada a 4 fatores da escala com 21 itens. Verifica-se que a amostra continua adequada, tornando-a viável para ser analisada de acordo com os procedimentos de análise fatorial, apresentando os valores de Kaiser-Meyer-Olkin igual a 0.854 e Bartlett’s Test de 2057.409 ( $p < 0.05$ ), com o valor total da variância explicada de 54%. Não obstante, no sentido de melhorar a estrutura fatorial da escala de expetativas face ao consumo de tabaco, procedeu-se a uma nova extração limitando a 4 fatores da escala com 19 itens, com rotação *varimax*, eliminando mais dois itens para além dos já referidos, nomeadamente os itens “Fumar ajuda as pessoas a divertirem-se numa festa” e “Fumar ajuda as pessoas a esquecerem as suas preocupações” por saturarem noutra fator com valor  $> 0.350$ .

Nesta análise, mantém-se a adequação da amostra para procedimentos de análise fatorial (KMO = 0.829, Bartlett Test 1782.200,  $p < 0.05$ ) aumentando a variância total explicada para 55.5%, com o contributo de cada um dos fatores de 19.2%, 14.4%, 12.5% e 9.2%, respectivamente.

No quadro seguinte (Tabela 1), apresenta-se as comunalidades e as saturações dos itens da escala com 19 itens, para uma rotação *varimax* a 4 fatores.

Tabela 1.

**Valores da Análise Fatorial de Componentes Principais com rotação *varimax* da Escala de Expetativas face ao consumo de Tabaco**

	Componentes				Comunalidades
	1	2	3	4	
Fumar torna as pessoas mais sociáveis.	<b>.678</b>	.176	.184	-.091	.532
Fumar torna as pessoas mais criativas.	<b>.682</b>	.154	.154	-.064	.517
Fumar ajuda as pessoas a acalmarem-se quando se sentem tensas e nervosas.	<b>.693</b>	.039	.146	-.020	.504
Fumar faz com que as pessoas se sintam mais seguras de si próprias.	<b>.828</b>	-.055	.025	.078	.695
Fumar faz as pessoas sentirem-se mais relaxadas.	<b>.600</b>	-.042	.230	.196	.454
Fumar faz sentir as pessoas mais autoconfiantes.	<b>.638</b>	-.042	.314	.005	.508
Fumar ajuda as pessoas a concentrarem-se nas coisas.	<b>.595</b>	.059	.248	.132	.437
Fumar diminui as capacidades para a prática desportiva e outras actividades físicas.	.077	<b>.505</b>	.113	.393	.428
Fumar desvia as pessoas dos seus objetivos futuros.	.039	<b>.736</b>	-.122	.153	.582
Fumar torna as pessoas menos atraentes.	-.096	<b>.681</b>	.243	.184	.566
Fumar impede as pessoas de realizar as coisas que pretendem fazer.	.053	<b>.732</b>	-.001	.120	.553

Tabela 1.1. (continuação)

**Valores da Análise Fatorial de Componentes Principais com rotação varimax da Escala de Expetativas face ao consumo de Tabaco**

	Componentes				Comunalidades
	1	2	3	4	
Fumar impede as pessoas de fazer o que é realmente importante para elas.	.109	<b>.788</b>	-.031	.008	.634
Fumar torna os encontros sociais mais divertidos.	.273	.164	<b>.597</b>	-.216	.505
Fumar anima as pessoas quando estão de mau humor.	.353	.077	<b>.755</b>	-.036	.703
Fumar é algo que as pessoas fazem quando estão aborrecidas.	.139	-.144	<b>.725</b>	.113	.579
Fumar ajuda as pessoas quando estão zangadas.	.295	.043	<b>.748</b>	.093	.657
Fumar provoca dependência.	-.094	.149	-.005	<b>.771</b>	.626
Fumar diminui o rendimento escolar.	.093	.224	.014	<b>.777</b>	.662
Fumar prejudica a saúde.	.296	.365	-.031	<b>.438</b>	.414

Nota. Extraction Method: Principal Component Analysis. / Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup> / <sup>a</sup>. Rotation converged in 6 iterations.

Analisando as comunalidades e comparativamente a análises anteriores, os valores melhoram todos, com exceção de 4 itens que continuam a apresentar valores <0.500. Considerando os valores das saturações dos itens nos fatores, estes mantêm-se exatamente iguais em termos dos conteúdos dos itens relativamente à análise anterior, com exceção de um item eliminado no fator 1 (Fumar ajuda as pessoas a divertirem-se numa festa) e um item eliminado no fator 2 (Fumar ajuda as pessoas a esquecerem as suas preocupações). O fator 1 é, assim, constituído por 7 itens (com valores entre 0.595 e 0.828) e integra 3 itens da subescala *Regulação das emoções* (itens 9, 10 e 14) e da Subescala de *Promoção da Auto-confiança* (itens 16 e 18), 2 itens da subescala *Facilitação da socialização* (itens 5 e 6) e 1 item *Condição e Saúde Física*. No fator 2 saturam 5 itens (com valores entre 0.505 e 0.788) pertencentes às subescalas de *Consequências para a Condição e Saúde Físicas* (itens 11 e 13) e de *Objetivos de realização* (itens 12, 17 e 19). O fator 3 reúne 5 itens com valores entre 0.597 e 0.755, itens estes que pertencem à subescala de *Regulação de emoções* (itens 22 e 24), 1 item da subescala de *Facilitação da Socialização* e 1 item da subescala de *Alívio do tédio e*

do aborrecimento. No fator 4 saturam 3 itens com valores entre 0.771 e 0.777, com exceção do item 20 que apresenta o valor de 0.438. Deste modo, considerando os conteúdos e as pontuações em relação aos itens que constituem os 4 fatores, designam-se da seguinte forma: *Promoção da auto-confiança/Facilitação da Socialização*; *Objetivos de realização e aspirações futuras*; *Regulação emocional*; *Consequências para a Condição e Saúde Físicas*.

**Consistência interna.** Quando analisada a consistência interna de cada um dos fatores, verificaram-se os seguintes valores: fator 1 (*Promoção de Auto-confiança/Facilitação da Socialização*) com um alpha de Cronbach = 0.832, fator 2 (*Objetivos de realização e aspirações futuras*) com um alpha de Cronbach = 0.770, fator 3 (*Regulação emocional*) com um alpha de Cronbach = 0.764 e o fator 4 (*Consequências para a Condição e saúde físicas*) com um alpha de Cronbach = 0.608. Pela análise dos valores, pode considerar-se que todos os fatores apresentam condições de consistência interna, com valores adequados para utilização em investigação.

**Correlação entre os fatores.** Os fatores correlacionam-se significativamente entre si, sendo os que o fator 1 (*Promoção de Auto-confiança/Facilitação da socialização*), fator 3 (*Regulação emocional*) e fator 4 (*Condição e saúde físicas*) se correlacionam com um grau de significância  $p < 0.01$ , enquanto que o fator 1 (*Promoção de Auto-confiança/Facilitação da socialização*) e fator 2 (*Objetivos de realização e aspirações futuras*), embora se correlacionem significativamente, o grau de significância é de  $p < 0.05$ . Esta correlação entre os fatores, em termos teóricos e considerando os trabalhos desenvolvidos por Chitas (2010) faz todo o sentido, dado que o fator 1 e fator 3 (0.562,  $p < 0.01$ ) remetem para as dimensões de funcionamento psicológico e das funções psicológicas do consumo de substâncias na adolescência.

#### **Escala de expetativas sobre o consumo de Álcool.**

**Análise fatorial de componentes principais.** A análise de componentes principais da escala com os 24 itens demonstra adequação da amostra aos procedimentos de análise fatorial e os valores na matriz anti imagem refletem que as variáveis se ajustam à estrutura fatorial. Partindo da comparação com estudos apresentados por vários autores (Chitas, 2010; Cooper et al, 1995; Henry et al., 2005; Wills et al, 1999; Wills et al, 2002) e após as variadas análises das comunalidades e do padrão de saturação e distribuição dos itens por fatores, decidiu-se realizar a análise fatorial com extração de fatores limitada a 3, com rotação *varimax*. Após análise dos valores retidos, decidiu-se retirar os itens “Beber diminui o rendimento escolar” e “Beber ajuda as pessoas a concentrarem-se nas coisas”, analisando a estrutura da escala a 22 itens. O valor de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) é igual a 0.939, com Bartlett = 3322.071 ( $p < 0,005$ ), o que significa que a estrutura fatorial se adequa aos procedimentos de análise fatorial. A variância total explicada é de 57.84%, sendo que o contributo de cada um dos fatores é o seguinte: fator 1 explica 31.01% da variância total, o fator 2 explica 16.08% da variância e o fator 3 explica 10.75% da variância. A estrutura fatorial extraída é apresentada de seguida (Tabela 2) com os valores das comunalidades e das saturações dos itens nos respectivos fatores.

Tabela 2.

*Valores da Análise Fatorial de Componentes Principais com rotação varimax da Escala de Expetativas face ao consumo de Álcool*

	Componentes			Comunalidades
	1	2	3	
Beber faz sentir as pessoas mais autoconfiantes.	<b>,722</b>	,055	-,080	,531
Beber torna as pessoas mais atraentes.	<b>,679</b>	,268	,144	,553
Beber anima as pessoas quando estão de mau humor.	<b>,707</b>	,007	,139	,519
Beber ajuda as pessoas a relacionarem-se melhor com os outros.	<b>,756</b>	,204	,195	,652
Beber ajuda as pessoas a divertirem-se numa festa.	<b>,725</b>	,048	,272	,602
Beber faz as pessoas sentirem-se mais relaxadas.	<b>,678</b>	,122	,235	,529
Beber ajuda as pessoas a esquecerem as suas preocupações.	<b>,702</b>	-,046	,274	,570
Beber faz com que as pessoas se sintam mais seguras de si próprias.	<b>,764</b>	,097	,222	,642
Beber torna as pessoas mais criativas.	<b>,580</b>	,241	,458	,604
Beber ajuda as pessoas quando estão zangadas.	<b>,640</b>	,131	,464	,642
Beber ajuda as pessoas a acalmarem-se quando se sentem tensas e nervosas.	<b>,575</b>	,142	,392	,505
Beber torna as pessoas mais sociáveis.	<b>,683</b>	,217	,267	,584
Beber torna os encontros sociais mais divertidos.	<b>,666</b>	,164	,329	,579
Beber impede as pessoas de realizar as coisas que pretendem fazer.	-,023	<b>,723</b>	,084	,530
Beber desvia as pessoas dos seus objetivos futuros.	,051	<b>,735</b>	,224	,592
Beber prejudica a saúde.	,092	<b>,708</b>	,217	,557
Beber impede as pessoas de fazer o que é realmente importante para elas.	,043	<b>,807</b>	,129	,669
Beber diminui as capacidades para a prática desportiva e outras atividades físicas.	,315	<b>,713</b>	-,126	,624
Beber provoca dependência.	,243	<b>,667</b>	-,184	,537

Tabela 2.1. (continuação)

**Valores da Análise Fatorial de Componentes Principais com rotação varimax da Escala de Expetativas face ao consumo de Álcool**

	Componentes			Comunalidades
	1	2	3	
As pessoas bebem quando não têm nada de mais interessante para fazer.	,335	,048	<b>,715</b>	,626
Beber faz sentir as pessoas mais energéticas.	,464	,227	<b>,510</b>	,526
Beber é algo que as pessoas fazem quando estão aborrecidas.	,472	,052	<b>,572</b>	,553

Nota. Extraction Method: Principal Component Analysis.

Da análise do quadro, percebe-se que todos os itens têm comunalidades acima de 0.500, e os 3 fatores apresentam-se da seguinte forma: o fator 1 inclui 13 itens, o fator 2 inclui 6 itens e o fator 3 inclui 3 itens. O fator 1 é constituído por 13 itens que saturam desde 0.575 a 0.764, e que fazem parte das subescalas de *Regulação emocional e promoção de auto-confiança e Facilitação da socialização* (Chitas, 2010). Esta distribuição confirma o estudo de Chitas (2010), apesar dos itens “Beber torna as pessoas mais atraentes”, “Beber torna as pessoas mais criativas” e “Beber ajuda as pessoas quando estão zangadas”, que não saturam no primeiro fator do estudo de Chitas (2010), fazerem parte do fator da *Facilitação da socialização*. Considerando que estes itens referidos têm valores de saturação elevados – 0.679, 0.580 e 0.640 respetivamente, deve considerar a sua integração no fator, denominando-se *Regulação das Emoções/Promoção da Auto-confiança/Socialização*. O fator 2 é constituído por 6 itens, com saturações entre 0.667 a 0.807, pertencentes à subescala *Objetivos de realização e aspirações futuras* (“Beber impede as pessoas de realizar as coisas que pretendem”, “Beber desvia as pessoas dos seus objetivos futuros” e “Beber impede as pessoas de fazer o que é realmente importante”) e *Condição e saúde física* (“Beber prejudica a saúde”, “Beber diminui as capacidades para a prática desportiva e outras” e “Beber provoca dependência”). Embora em termos teóricos os itens da subescala *Condição e saúde física* não são os mesmos do estudo da Chitas (2010), neste último o 2º fator também integra 1 item de *Condição e saúde física*. Deste modo, considera-se que a estrutura fatorial do fator 2 do estudo atual confirma o verificado no estudo da Chitas (2010), podendo designar-se *Objetivos de realização/Condição e saúde físicas*. O fator 3 é constituído por 3 itens, que saturam entre 0.510 a 0.715. Inclui os 2 itens que pertencem à subescala de *Alívio do Tédio e do Aborrecimento* e 1 item da subescala de *Promoção do self*. No estudo de Chitas (2010) a subescala de *Alívio do Tédio e do Aborrecimento* é o 4º fator e apenas saturam os dois itens – “As pessoas bebem quando não

têm nada de mais interessante para fazer” e “Beber é algo que as pessoas fazem quando estão aborrecidas”. Dado a semelhança com o estudo de Chitas (2010), pode-se manter a denominação deste fator como *Alívio do Tédio e do Aborrecimento*.

Deste modo, analisados os conteúdos e as pontuações dos itens da escala de expetativas em relação ao consumo de álcool pode considerar-se que os três fatores se designam da seguinte forma: *Regulação das Emoções/Promoção da Auto-confiança/Socialização*; *Objetivos de realização/Condição e saúde físicas*; *Alívio do Tédio e do Aborrecimento*.

**Consistência Interna.** Quando se analisa a consistência interna destes fatores, para o fator 1 (*Regulação das Emoções/Promoção da Auto-confiança/Socialização*) o alpha de Cronbach é de 0.932, no fator 2 (*Objetivos de realização/Condição e saúde físicas*) o alpha de Cronbach é de 0.835 e baixa se se retira algum item, enquanto no fator 3 (*Alívio do Tédio e do Aborrecimento*) o alpha de Cronbach é de 0.713. Estes valores de consistência interna demonstram que estas subescalas são passíveis de ser utilizadas na investigação.

**Correlação entre os fatores.** Procedeu-se ainda a análise de correlação entre os fatores da escala de expetativas em relação ao consumo de álcool com 22 itens, tendo-se verificado que os três fatores correlacionam-se entre si de forma significativa ( $p < 0,005$ ). Apesar desta significância, o Fator 1 (*Regulação das Emoções/Promoção da Auto-confiança/Socialização*) correlaciona-se mais significativamente com o *Alívio do Tédio e do Aborrecimento* (Fator 3), e menos com a dimensão dos *Objetivos de realização/Condição e Saúde Físicas* (Fator 2), apesar de se manter a sua significância.

#### **Escala de expetativas sobre o consumo de Haxixe.**

**Análise fatorial de componentes principais.** A análise fatorial da escala de expetativas sobre o consumo de haxixe, com 24 itens, revelou que a estrutura da escala é adequada para submissão da mesma a procedimentos de análise fatorial. Após análise dos valores e padrões de saturações dos diferentes itens com relação aos fatores extraídos, considerou-se necessária a eliminação dos itens “Consumir haxixe ajuda as pessoas a relacionarem-se melhor com os outros”, por saturar em dois fatores com uma diferença  $< 0.500$  e “Consumir haxixe torna as pessoas mais sociáveis”. Neste último, o valor da comunalidade e da saturação no fator é inferior a 0.500 e apresenta valores de saturação próximos nos fatores 1 e 3. Neste sentido, procedeu-se a uma nova extração e rotação varimax limitada a 4 fatores, sendo que os valores de KMO (0.895) e de Test de Bartlett (2866.236,  $p < 0.05$ ) se mantiveram adequados. A percentagem da variância total explicada é de 59.3%, sendo a contribuição de cada um dos fatores de 20.9%, 19.3%, 10.9% e 8.01%, respectivamente. Na Tabela 3 apresentam-se as comunalidades e as saturações fatoriais dos itens pelos fatores.

Tabela 3.

*Valores da Análise Fatorial de Componentes Principais com rotação varimax da Escala de Expetativas face ao consumo de Haxixe*

	Componentes				Comunalidades
	1	2	3	4	
Consumir haxixe anima as pessoas quando estão de mau humor.	<b>.573</b>	-.110	.454	.047	.549
Consumir haxixe faz as pessoas sentirem-se mais relaxadas.	<b>.655</b>	-.035	.160	.294	.543
Consumir haxixe torna os encontros sociais mais divertidos.	<b>.684</b>	.078	.030	.157	.500
Consumir haxixe ajuda as pessoas quando estão zangadas.	<b>.718</b>	.066	.137	.114	.552
Consumir haxixe ajuda as pessoas a esquecerem-se das suas preocupações.	<b>.751</b>	-.124	.171	.047	.611
Consumir haxixe ajuda as pessoas a acalmarem-se quando se sentem tensas e nervosas.	<b>.805</b>	-.002	.152	.095	.680
Consumir haxixe faz sentir as pessoas mais autoconfiantes.	<b>.630</b>	.118	.379	.176	.585
Consumir haxixe faz sentir as pessoas mais enérgicas.	<b>.659</b>	.039	.091	.175	.474
Consumir haxixe impede as pessoas de realizar as coisas que pretendem fazer.	-.101	<b>.655</b>	.310	-.112	.548
Consumir haxixe torna as pessoas menos atraentes.	.100	<b>.723</b>	-.010	-.129	.550
Consumir haxixe diminui as capacidades para a prática desportiva e outras actividades físicas.	.087	<b>.773</b>	-.113	.014	.619
Consumir haxixe impede as pessoas de fazer o que é realmente importante para elas.	-.186	<b>.714</b>	.239	.074	.607
Consumir haxixe prejudica a saúde.	-.013	<b>.812</b>	.015	.028	.660
Consumir haxixe provoca dependência.	.015	<b>.631</b>	-.119	.069	.418
Consumir haxixe diminui o rendimento escolar.	.061	<b>.779</b>	-.054	.153	.637

Tabela 3.1. (continuação)

**Valores da Análise Fatorial de Componentes Principais com rotação varimax da Escala de Expetativas face ao consumo de Haxixe**

	Componentes				Comunalidades
	1	2	3	4	
Consumir haxixe desvia as pessoas dos seus objetivos futuros.	.053	<b>.632</b>	.313	-.198	.539
Consumir haxixe ajuda as pessoas a concentrarem-se nas coisas.	.272	.109	<b>.763</b>	.183	.701
Consumir haxixe faz com que as pessoas se sintam mais seguras de si próprias.	.385	.040	<b>.694</b>	.307	.725
Consumir haxixe ajuda as pessoas a divertirem-se numa festa.	.471	.059	<b>.565</b>	.154	.569
Consumir haxixe é algo que as pessoas fazem quando estão aborrecidas.	.338	-.119	.367	<b>.597</b>	.620
As pessoas consomem haxixe quando não têm nada de mais interessante para fazer.	.313	-.074	.083	<b>.785</b>	.726
Consumir haxixe torna as pessoas mais criativas.	.313	.226	.371	<b>.608</b>	.657

Nota. Extraction Method: Principal Component Analysis.

Conforme se pode observar, os valores de saturação dos itens no primeiro fator vão desde 0.573 a 0.803. Polariza primordialmente os 5 itens da subescala de *Regulação de emoções* (“Consumir haxixe anima as pessoas quando estão de mau humor”, “Consumir haxixe faz as pessoas sentirem-se mais relaxadas”, “Consumir haxixe ajuda as pessoas quando estão zangadas”, “Consumir haxixe ajuda as pessoas a esquecerem-se das suas preocupações”, “Consumir haxixe ajuda as pessoas a acalmarem-se quando se sentem tensas e nervosas”), 1 item da subescala de *Facilitação da socialização* (“Consumir haxixe torna os encontros sociais mais divertidos”) e 2 itens da subescala de *Promoção do self* (“Consumir haxixe faz sentir as pessoas mais autoconfiantes e Consumir haxixe faz sentir as pessoas mais enérgicas”). Os itens “Consumir haxixe torna os encontros sociais mais divertidos” e “Consumir haxixe faz sentir as pessoas mais autoconfiantes” foram ambos excluídos no estudo de Chitas (2010). Em relação ao segundo fator, os valores dos itens que polarizam neste fator variam entre 0.631 e 0.812, e integra todos os itens da subescala *Objetivos e aspirações futuras* e da subescala *Condição e saúde física*. O terceiro fator polariza itens cujos valores oscilam

entre 0.565 e 0.763, e inclui os itens da subescala *Promoção do Self* e 1 item relacionado com a *Facilitação da socialização* (“Consumir haxixe ajuda as pessoas a divertirem-se numa festa”). Este último item foi excluído no estudo de Chitas (2010), embora no terceiro fator do estudo referenciado também saturasse 1 item da subescala *Facilitação da socialização* “Consumir haxixe ajuda as pessoas a relacionarem-se melhor com os outros” excluído no estudo atual. O quarto fator é constituído por itens que saturam entre 0.597 e 0.785, sendo dois itens da subescala *Alívio de tédio e aborrecimento* e 1 item da subescala de *Objetivos e aspirações futuras*, item este excluído do estudo de Chitas (2010). Assim, como indicador de expectativas em relação ao consumo de haxixe foram consideradas as pontuações fatoriais de 22 itens, para cada um dos 4 fatores extraídos, nomeadamente: *Regulação de Emoções*; *Objetivos de Realização/Condição e Saúde Física*; *Promoção do self*; *Alívio do tédio e do aborrecimento*. Todos estes fatores extraídos, confirmam o estudo de Chitas (2010).

**Consistência interna.** Procedeu-se, igualmente, a análise de consistência interna de cada um dos fatores, sendo que o fator 1 (*Regulação de emoções*) apresenta um *alpha de Cronbach* de 0.874, diminuindo se se retirar algum item, o fator 2 (*Objetivos de realização/Condição e saúde física*) apresenta um *alpha de Cronbach* de 0.868, diminuindo se se retirar algum item, o fator 3 (*Promoção do self*) apresenta um *alpha de Cronbach* de 0.797 e o fator 4 (*Alívio do tédio e do aborrecimento*) apresenta um *alpha de Cronbach* de 0.734, diminuindo se se retirar algum item.

**Correlações entre Fatores.** Procedeu-se à análise da correlação entre os fatores, sendo que se verifica que o fator 1 (*Regulação de emoções*) se correlaciona significativamente ( $p < 0.01$ ) com o fator 3 (*Promoção do self*) e com o fator 4 (*Alívio do tédio e do aborrecimento*). O fator 2 (*Objetivos de realização/Condição e saúde física*) correlaciona-se com o fator 3 (*Promoção do self*), embora com menos significância (.013,  $p < 0.05$ ). O fator 3 (*Promoção do self*) correlaciona-se com os fatores 1 (*Regulação de emoções*) e 4 (*Alívio do tédio e do aborrecimento*) com valores significativos (.664 e .610,  $p < 0.01$ ) e também com o fator 2 (*Objetivos de realização/Condição e saúde física*), embora o grau de significância seja inferior (.145,  $p < 0.05$ ). O fator 2 (*Objetivos de realização/Condição e saúde física*) e o fator 4 (*Alívio do tédio e do aborrecimento*) correlacionam-se positivamente, mas sem significância.

## Discussão

O estudo das qualidades psicométricas das escalas de expetativas sobre o consumo de tabaco, álcool e haxixe confirma que as escalas apresentam uma estrutura fatorial semelhante que replicam os estudos de Cooper (1992, 1995), Wills et al (1999, 2006) e Chitas (2010), e apresentam valores de consistência interna que demonstram ser adequados à sua utilização em investigação. Não obstante, neste estudo a dimensão de facilitação da socialização aparece de forma mais dispersa comparativamente com o estudo de Chitas (2010), associando-se a itens relacionados com a *Promoção da Auto-confiança* (nas escalas do Tabaco e do Álcool) e na *Regulação Emocional* (na escala do Haxixe). Este facto pode ser interpretado pela idade da amostra (M=12.8) por ser inferior à do estudo de Chitas (2010), no sentido em que o consumo de substâncias estará mais associado a expetativas relacionadas com as funções psicológicas que o consumo destas substâncias assume e que estão na base da facilitação da socialização, e não tanto associado à socialização como um fim em si. Decorrente da análise das distribuições dos itens por factores, da demonstração de consistência interna das dimensões que constituem as diferentes escalas e das correlações significativas que se verificaram entre as dimensões pode-se concluir que a utilização destas escalas se revela particularmente útil para a medição das expetativas, como parte do processo de avaliação de resultados da implementação de um programa de prevenção do uso de substâncias com adolescentes.

## Contacto para Correspondência

--

**Ana Tavares · [ana.tavares@arsnorte.min-saude.pt](mailto:ana.tavares@arsnorte.min-saude.pt)**

Divisão de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e Dependências da Administração  
Regional de Saúde do Norte, IP, Rua da Constituição, nº 195 – 4200-185 Porto

--

**Jorge Negreiros · [jorgeneg@fpce.up](mailto:jorgeneg@fpce.up)**

Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, Rua Alfredo Allen  
4200-135 Porto

## Referências

- Becoña, E. (2002). *Bases científicas de la prevención de las drogodependencias*. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.
- Botvin, G. & Griffin, K. (2007). School-based programmes to prevent alcohol, tobacco and other drug use. *International Review of Psychiatry, December, 19(6)*: 607-615.
- Chitas, V. (2010). *Consumo de drogas e outros comportamentos de risco na adolescência. Fatores de risco e fatores de protecção*. Tese de doutoramento em psicologia, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Universidade do Porto.
- Cooper, L., Russell, M., Skinner, J. & Windle, M. (1992). Development and validation of a three-dimensional measure of drinking motives. *Psychological Assessment, vol. 4, nº 2*, 123-132.
- Cooper, L. (1994). Motivations for alcohol use among adolescents: development and validation of a four-factor model. *Psychological Assessment, vol. 6, nº 2*, 117-128.
- Cooper, L., Frone, M., Russell, M. & Mudar, P. (1995). Drinking to Regulate Positive and Negative Emotions: A motivational model of alcohol use. *Journal of Personality and Social Psychology, vol. 69, nº 5*, 990-1005.
- Henry, K., Swaim, R. & Slater, M. (2005). Intraindividual variability of school bonding and adolescents' beliefs about the effect of substance use on future aspirations. *Prevention Science, vol. 6, nº 2*, 101-112.
- Negreiros, J. (2006). *Psychological drug research: current themes and future developments*. Group Pompidou, Council of Europe Publishing, Strasbourg.
- Newcomb, M., Chou, C., Bentler, P. & Huba, G. (1988). Cognitive motivations for drug use among adolescents: Longitudinal tests of gender differences and predictors of change in drug use. *Journal of Counseling Psychology, vol. 35, nº 4*, 426-438.
- Wills, T., Sandy, J., Shinar, O. & Yaeger, A. (1999). Contributions of positive and negative affect to adolescent substance use: test of bidimensional model in a longitudinal study. *Psychology of Addictive Behaviors, vol. 13, nº 4*, 327-338.
- Wills, T., Sandy, J. & Shinar, O. (1999). Cloninger's constructs related to substance use level and problems in late adolescence: a mediational model based on self-control and coping motives. *Experimental and Clinical Psychopharmacology, vol. 7, nº 2*, 122-134.
- Wills, T., Sandy, J. & Yaeger, A. (2002). Moderators of the relation between substance use level and problems: test of a self-regulation model in middle adolescence. *Journal of Abnormal Psychology, vol. 111, nº 1*, 3-21.