

Família e álcool: a influência dos filhos no consumo de bebidas alcoólicas no Brasil

Family and alcohol: the influence of children in the consumption of alcoholic beverages in Brazil

Dimitri da Costa BESSA [1](#); Eva Yamila da Silva CATELA [2](#)

Recibido: 05/10/16 • Aprobado: 11/11/2016

Conteúdo

- [1. Introdução](#)
 - [2. Base de Dados e estratégia metodológica](#)
 - [3. Resultados](#)
 - [4. Considerações Finais](#)
- [Referências](#)

RESUMO:

O consumo de bebida alcoólica é um hábito cultural bastante difundido, indiferente-mente do nível de renda, gênero ou faixa etária, embora este costume esteja associado à distúrbios sociais e a diversos problemas de saúde. Em vista disto, o presente estudo buscou investigar se a presença de crianças influenciam na decisão de consumo de bebidas alcoólicas dos pais, a partir dos dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009. Os resultados demonstraram evidências que, a presença de crianças inibem o consumo de álcool nos adultos que convivem com eles, mas o mesmo não ocorre com o convívio com adolescentes.

Palavras-chaves: Bebida Alcoólica. Pesquisa de Orçamentos Familiares. Regressão Quantílica.

ABSTRACT:

The consumption of alcohol is a cultural habit quite widespread, indifferent-mind the income level, gender, or age group, although this custom is associated with social unrest and the various health problems. In view of this, the present study sought to investigate whether the presence of children influences the decision of their parents ' alcohol consumption, from the data of the survey of Family Budgets 2008-2009. The results showed evidence that the presence of children inhibit the alcohol consumption among adults who live with them, but the same does not occur with the living with teenagers.

Key words: alcoholic beverage. Research of Famliares Budgets. Quantílica Regression.

1. Introdução

O relatório do World Health Organization (2014) estima que há 2 bilhões de consumidores de bebidas alcoólica no mundo, e o hábito do consumo difundido em todos os países, indicando que o álcool seja um bem popular em todo o planeta. O consumo pode acarretar efeitos

externos negativo ao indivíduo, e poderá estar relacionado a problemas de saúde pública e a distúrbios sociais, a exemplo de conduzir automóveis alcoolizado (DAVE; KAESTNER, 2002).

Na literatura que aborda a demanda de bebidas alcoólicas, a grande maioria dos trabalhos existentes, abordam apenas os aspectos de mercado, como a elasticidade preço cruzada da demanda entre os grupos de bebidas (cerveja, destilados e vinhos) e renda, como em Johnson e Oksanen (1977), Clements e Selvanathan (1991), Gallet (2007), Fogarty (2010).

Entretanto, outros fatores podem determinar o consumo do álcool, como gênero, idade, escolaridade, proximidade dos pontos de vendas (RICE et al., 1998), e se o consumo é realizado fora de casa (bares e restaurantes), este pode ser considerado consumo hedônico(ANGULO; GIL; GRACIA, 2001) 3.

O hábito do indivíduo de beber está ligado ao ambiente em que se vive, no qual há influência sobre o padrão de consumo de bebida alcoólica. Pessoas que vivem em lugares em que a bebida é barata/cara e de fácil/difícil acesso, tem uma maior/menor probabilidade de se tornarem bebedores frequentes (RICE et al., 1998).

Uma vasta literatura associa o consumo de bebidas alcoólicas a uma série de consequências negativas, algumas de caráter de saúde, como a incidência de doenças cardiovasculares e dependência alcoólica, outras referentes a distúrbios da ordem pública, como acidentes de trânsito, violência doméstica, dentre outros (FARRELL; MANNING; FINCH, 2003; RUHM; BLACK, 2002; BARROS et al., 2008). Há também uma grande preocupação com adolescentes alcoólatras, no que tange a delinquência juvenil e o sexo não-seguro (COOK; MOORE, 1993). No Brasil, ao que tange ao consumo dos adolescentes de álcool, Pinsky (2011) remonta que estes são mais suscetíveis à propaganda, gerando uma "afetividade" pela bebida neste público.

A presença dos pais, irmãos mais novos e/ou filhos na residência podem inibir o consumo da bebida, de tal maneira como a presença de pessoas que tem o hábito de beber - seja moderada ou excessivamente - incentivam ao consumo, a exemplo de Cook e Moore (1993), com dados da National Longitudinal Survey of Youth de 1988, encontrou uma correlação de que jovens com 15 a 17 anos que bebem, tenham o pai alcoólatra, entre os anos de 2006 e 2009. Na Holanda, Vermeulen-Smit et al. (2012) evidenciou que não há associação entre a bebida na adolescência e o consumo moderado de bebida alcoólica por parte dos pais, pois esta só apareceu em casos de pais que consomem grandes quantidades de bebidas, ou pais alcoólatras. Bendtsen et al. (2013) resumem que, a decisão de consumo de bebida alcoólica por adolescentes pode ser entendido não apenas como uma escolha individual, mas como uma reprodução de costumes do meio social em que eles vivem.

Trabalhos, como Foley et al. (2004), Vermeulen-Smit et al. (2012) e Cleveland et al. (2014) põe em pauta a relação entre pais e filhos adolescentes, no que tange à bebida alcoólica, pois há um estigma por parte dos adultos e da sociedade o fato de que adolescentes consumam álcool, por ser um reflexo de rebeldia, e de que isto comprometa o rendimento escolar.

Assim posto, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar a influência de menores de idade no consumo de bebidas alcoólicas, considerando as variáveis sociodemográficas como controles. A hipótese de trabalho é que esta influência é diferenciada de acordo aos níveis de renda familiar.

O método da regressão quantílica foi intencionalmente utilizado, a fim de dividir a amostra em quantis de dispêndios, pois acredita-se que aqueles que proporcionalmente gastam mais com álcool, tem certos costumes e hábitos dos que gastam menos (e vice-versa), que não podem ser generalizadas, tampouco ignoradas.

Além desta introdução, este trabalho está organizado como segue. A sessão 3, é descrita a base de dados usada para o estudo - a Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 (POF2008-2009) - e uma breve descrição da metodologia de Regressão Quantílica. Na sessão 3, os resultados obtidos são apresentados e analisados, e por fim, a sessão 4 traz as considerações finais.

2. Base de Dados e estratégia metodológica

2.1. Dados

Para este trabalho, são usados os microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), que tem como finalidade investigar as estruturas de gastos (despesas) e de rendimentos das famílias, servindo de base para a estrutura de ponderação dos índices de preços ao consumidor do IBGE, tais como o IPCA. Além disso, ao fornecer dados de modo bastante detalhado, permite inferências e análises quanto aos perfis de gasto das famílias, de suas estruturas de recebimentos e do comportamento de consumo alimentar, fundamentando assim, estudos relacionados a consumo, indigência, pobreza, entre outros (KROEFF; MEN- GUE, 2010).

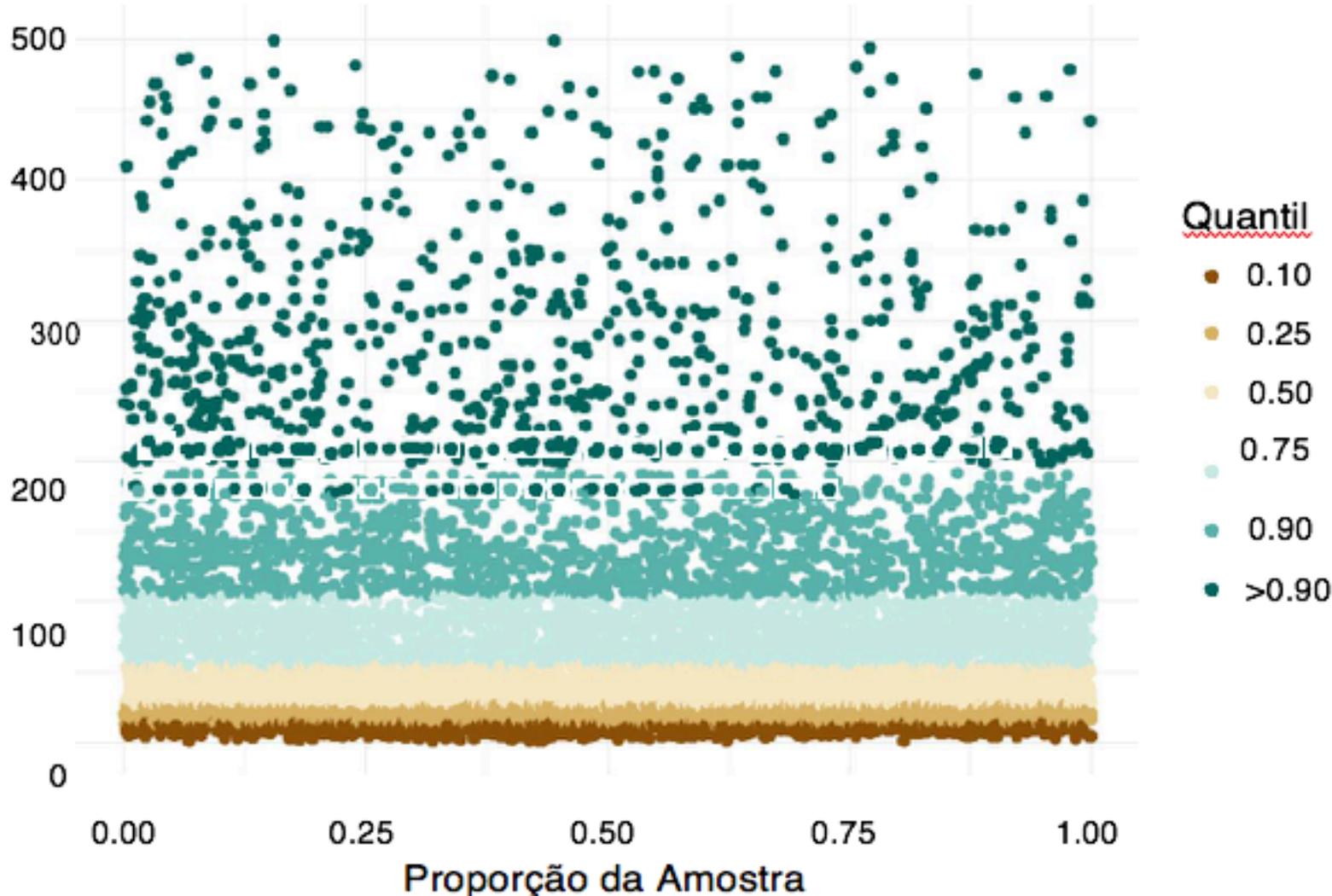
A unidade básica de investigação é a Unidade de Consumo (UC). Para efeito de divulgação da POF, o termo “família” é considerado equivalente à UC, no qual compreende um único morador ou conjunto de moradores que compartilham a mesma fonte de alimentação, isto é, utilizam um mesmo estoque de alimentos e/ou realizam um conjunto de despesas alimentares comuns (IBGE, 2010a).

Um dos aspectos específicos para a definição da amostra da POF refere-se principalmente à questão da estratificação dos setores censitários, não somente com relação à estratificação geográfica, mas também com relação à estratificação estatística (pós-estratificação). Esse procedimento agrega ganhos importantes de eficiência das amostras vis-à-vis a precisão das estimativas produzidas a partir das pesquisas².

2.2. Método de Regressão Quantílica

Na busca de evidências estatísticas mais sólidas para a determinação dos fatores dos gastos com bebida, optou-se por utilizar o método da Regressão Quantílica, proposta por Koenker e Bassett Gilbert (1978), pois acredita-se que o comportamento das pessoas com relação à b. Ao analisar os dados, verificou-se que a distribuição das amostras dos gastos com bebida tem uma distribuição assimétrica em torno da média e dos quantis, ou seja, a quantidade e a dispersão das amostras que estão nos quantis superiores à média são maiores do que àqueles que estão abaixo, como ilustra a Figura 1. Também foi efetuado uma regressão por método por Mínimos Quadrados Ordinários (OLS), com fins de comparação de resultados.

Figura 1 – Distribuição das amostras pelo gasto mensal de bebida



Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da IBGE (2010a).

De tal modo, para o τ -ésimo quantil, escreve-se o modelo para estimação como sendo,

$$y_i = x_i' \beta_\tau + u_{\tau i}, \text{ Quant}_\tau(u_{\tau i} | x_i) = 0 \quad (i=1, \dots, n) \quad (1)$$

em que $x_i' \beta_\tau$ é o quantil condicional de y_i dado x_i , e a expectância do erro no quantil τ , dado x_i é 0.

Hao e Naiman (2007) destacam duas características do método de Regressão Quantílica: a primeira delas é que os efeitos marginais da estimação (β), podem variar em diferentes quantis. A segunda implica que, para diferentes valores de τ , e para um mesmo i , os termos de erro estão relacionados.

Considerando dois diferentes quantis, τ e λ , tem-se que $u_{i\tau} - u_{i\lambda} = x_i' (\beta_\tau - \beta_\lambda)$, ou seja, os termos de erro diferem para um mesmo x_i , denotando que, as distribuições de $u_{i\tau}$ e $u_{i\lambda}$ mudam de uma para outra.

3. Resultados

Para organização, o tratamento dos dados da POF usada neste trabalho, foi utilizado o programa estatístico "R 3.1.1" (R Core Team, 2014), com o suplemento "IBGEPesq" (RAMOS; ANTONACI, 2010), fornecido pelo próprio IBGE, que permite a abertura e manipulação dos dados. Para as regressões, utilizou-se o pacote "quantreg", elaborado por Koenker (2013).

3.1 Análises preliminares

Os microdados da POF expõe informações de 55.970 domicílios, entretanto na seleção das amostras, foram analisadas apenas àquelas que declararam despesas com algum tipo de bebida

alcoólica, tanto dentro como fora do domicílio, acarretando uma redução amostral para 9.419, e que com a pos-estratificação destes dados, acarreta uma representação amostral de 57.816.604 de domicílios, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1 – Descrições, Médias e Coeficiente de Variação (CV) das Variáveis

Variável	Descrição	Média	CV
BEBIDA	Gasto mensal da UC com Bebida	87.37	0.018
RENDA_TOTAL	Rendimento total mensal da UC	3631.35	0.023
IDADE	Idade da Pessoa de Referência	46.02	0.005
IDADE2	Variável IDADE ²	2321.04	0.010
MULHER	1 para sexo feminino da Pessoa de Referência	0.22	0.029
ESTUDO	Anos de Estudo da Pessoa de Referência	8.15	0.014
ESTUDO2	Variável ESTUDO ²	126.59	0.070
NORTE	1 para residente no Norte	0.07	0.000
NE	1 para residente no Nordeste	0.26	0.000
SUL	1 para residente no Sul	0.15	0.000
CO	1 para residente no Centro-Oeste	0.08	0.000
RURAL	1 para residente na Zona Rural	0.13	0.031
GRAVIDEZ	1 se a indivíduo está Grávida	0.01	0.189
RELIGIAO	1 se o indivíduo é religioso	0.92	0.005
MENOR6	1 se na UC há crianças com até 6 anos	0.25	0.026
MENOR11	1 se na UC há crianças entre 7 e 11 anos	0.22	0.027
MENOR17	1 se na UC há adolescentes entre 12 e 17 anos	0.26	0.025
QTDEMOR	quantidade de residentes na UC	3.40	0.007
	Número de Observações	9435	
	Número Estimado de Domicílios ¹	10.971.509	

¹ Obtido pelo somatório dos *fatores de expansão amostral* das Observações

Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da IBGE (2010a)

A Tabela 1 expõe também as descrições, a Média e Coeficiente de Variação (CV) ⁴ de cada variável utilizada. Os valores do dispêndio mensal com bebida, foram considerados como sendo a soma dos gastos dentro e fora do domicílio. E como uma UC engloba vários indivíduos, às variáveis que se referem às características de pessoas, a citar: IDADE, IDADE2, MULHER, ESTUDO, ESTUDO2 e GRAVIDEZ, foram utilizadas os dados da pessoa de referência de cada UC, e a Renda Total, como sendo o somatório de todos os rendimentos (monetários e não-monetários) de todos os residentes da UC, pois considera-se que todos da UC que apresentam algum rendimento, contribuam para a sobrevivência e o bem-estar de todos.

Para as *dummies* de região, a região Sudeste foi considerada como base de comparação, pela razão desta conter a maior parte da população brasileira, presumindo então que nesta região tenha um maior consumo de bebida, perante o restante do país. E as variáveis MENOR6, MENOR11 e MENOR17 são as que identificam a presença de crianças e adolescentes na UC, por determinada faixa etária.

Construindo um panorama inicial das características das famílias que gastam com álcool, a Tabela 2 exhibe as médias cruzadas das Categorias de Renda, Sexo, Religião e Região por grupos de faixa etária. Em maior parte dos casos, há uma tendência de queda dos gastos até os 55 anos, tendo um aumento para os indivíduos mais velhos, na faixa etária em que estão inclusos

indivíduos aposentados, o que levanta a suposição de que a ausência nas obrigações de trabalho, conduza ao consumo de álcool, ou paradirimir alguns sintomas geriátricos, como a falta de sono e a ansiedade (BAUM-BAICKER, 1985).

Tabela 2 – Média e CV dos gastos com bebida alcoólica, por grupo de variáveis e faixa etária.

Variável		Média					CV				
		18-21	21-30	30-40	40-55	>55	18-21	21-30	30-40	40-55	>55
Faixa Etária (anos)											
Categorias de Renda	0-2sm	71.22	67.20	53.07	51.76	56.59	0.18	0.08	0.06	0.05	0.09
	2-3sm	95.82	70.68	69.23	64.88	74.45	0.08	0.08	0.08	0.07	0.16
	3-5sm	79.64	85.68	73.51	78.48	72.66	0.27	0.11	0.06	0.06	0.08
	5-6sm	49.93	75.79	83.62	81.51	76.60	0.14	0.15	0.10	0.13	0.13
	6-8sm	189.64	110.86	87.07	88.32	85.78	0.49	0.14	0.09	0.07	0.11
	8-10sm	220.60	105.73	78.98	100.01	108.46	0.58	0.10	0.07	0.09	0.15
	>10sm	245.29	142.46	126.02	121.23	111.17	0.24	0.12	0.11	0.06	0.07
Sexo	Homem	79.15	90.58	85.02	91.64	88.33	0.15	0.05	0.05	0.04	0.05
	Mulher	119.77	72.35	79.65	81.70	83.16	0.18	0.07	0.08	0.06	0.07
Religião	Não tem religião	123.39	101.30	96.59	107.82	127.19	0.42	0.14	0.20	0.17	0.21
	Tem religião	93.49	85.71	82.90	88.04	84.73	0.12	0.05	0.04	0.03	0.04
Região	Centro-Oeste	92.32	83.48	94.66	92.86	120.00	0.26	0.10	0.12	0.07	0.16
	Nordeste	75.55	91.92	90.49	81.21	82.52	0.17	0.08	0.06	0.05	0.07
	Norte	165.36	101.15	101.66	116.71	102.97	0.25	0.08	0.07	0.08	0.10
	Sudeste	86.69	86.17	79.42	88.15	89.32	0.20	0.09	0.09	0.06	0.07
	Sul	79.48	77.22	70.61	93.36	65.72	0.29	0.08	0.08	0.06	0.06

Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da IBGE (2010a)

Outro ponto que a Tabela 2 evidencia é o fato de os indivíduos mais jovens apresentarem as maiores médias, mesmo sendo um grupo em que normalmente é caracterizado por não ter ensino superior, tampouco terem os maiores rendimentos, por estarem a pouco tempo no mercado formal de trabalho. Mas por outro lado, são caracterizados por serem indivíduos solteiros e que residem sozinhos na UC, sem dependentes.

A religião permite uma explicação sobre o hábito de beber ou não beber. A exemplo do islamismo, dos mórmons, evangélicos e dos hindus que condenam o uso de álcool, e do outro lado o catolicismo, em que o vinho é comumente usado em suas pregações, e a arte de se fabricar cerveja faz parte da cultura dos monges da ordem trapista. No Brasil, os gastos médios de famílias com religião são menores do que as chefiadas por pessoas não-religiosas, indo de encontro ao que afirma Colen e Swinnen (2010), em que bebidas são largamente consumidas por famílias católicas.

E por fim, as regiões Norte e Centro-Oeste são as regiões com as maiores médias, supondo da existência de alguma característica cultural presente nestas regiões em que a inibição ao consumo de álcool seja menor.

3.2 Resultado das Regressões

A Tabela 3 e a Figura 2 sintetizam os números das regressões. Os valores em parênteses da Tabela 3 referem-se aos erros padrões, as linhas em vermelho das Figura 2 representam os resultados da regressão por OLS, com o intervalo de confiança de 5% a 95%.

Analisando a Tabela 3, as variáveis com relação ao sexo, idade e estudo se mostra-ram

estatisticamente insignificantes, com exceção no quantil 0.9. Com relação ao gênero, os resultados mostraram que o fato de que as famílias sejam chefiadas por mulheres, é indiferente na decisão nos gastos com bebida alcoólica entre os indivíduos na UC. A renda é um fator estatisticamente significativo para o gasto com álcool, o que já era esperado, pois para que as pessoas possam efetuar gastos com bebidas alcoólicas, se faz necessário que os indivíduos tenham alguma renda. Nos quantis = 0.25 a = 0.75, houve pouca variação no valor dos parâmetros, o que indica que a renda não interfere na decisão dos indivíduos em consumir maiores quantidades de bebida, levando a indícios que fatores relacionados às preferências dos consumidores sejam predominantes à sua restrição orçamentária.

Todavia, um ponto que foi contra as expectativas é a insignificância dos parâmetros para ESTUDO e ESTUDO2, pois acredita-se que indivíduos com mais anos de estudo costumam ter uma tendência maior à depressão (SANTOS; KAWAMURA; KASSOUF, 2012), o que pode conduzir ao alcoolismo (World Health Organization, 2014), ou em contrapartida, que com mais educação tenham mais ciência dos malefícios que o consumo da bebida acarreta (RUHM, 1995).

Entre as *dummies* para regiões que foram significativas, os parâmetros para NORTE e SUL manifestaram os resultados da tabela Tabela 2, em que tinham as maiores e menores médias de gastos com bebida, respectivamente. Contudo, tem destaque os números do Nordeste - os três primeiros quantis seguiram a tendência dos resultados das estatísticas descritivas, uma menor renda média da região, junto uma menor média de gasto com bebida, entretanto, o gráfico mostra que a partir do quantil 0.75, há um aumento notável do valor do parâmetro, indicando que os que gastam mais com bebida são os residentes no Nordeste. E com relação a Zona Rural, acredita-se que os parâmetros negativos apresentados possam ser efeito de uma combinação entre baixa renda domiciliar per capita, da baixa densidade populacional, e da distância dos grandes centros urbanos e dos pontos de venda de bebida.

E por fim, a variável "MENOR17" não é significativa 5, indicando que a presença de adolescentes não tem predomínio na decisão dos adultos em consumirem álcool. Todavia, os parâmetros referentes a presença de menores da família "MENOR6" e "MENOR11" se mostraram estatisticamente significantes, afirmando a hipótese inicial levantada neste trabalho de que a presença deles tende a diminuir o dispêndio com bebida dentro da UC.

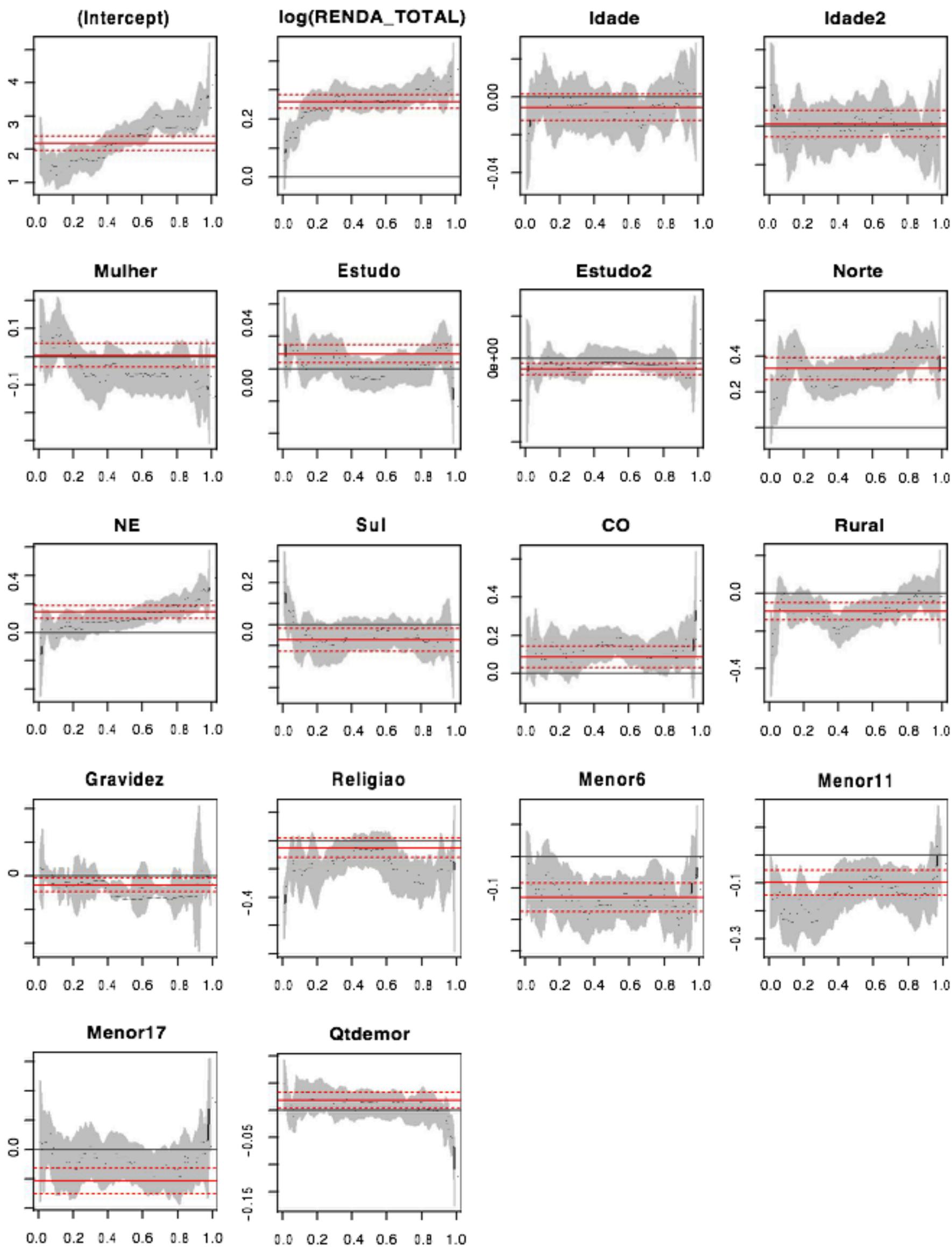
Duas razões pode ser dadas para este fenômeno, sendo a primeira delas uma questão ética, cujo qual crianças inibe o consumo de bebidas alcoólicas dos adultos, pois como ressalta Bendtsen et al. (2013), os jovens costumam reproduzir os hábitos dos pais, no que tange ao consumo de bebida alcoólica, e sendo a ingestão de álcool por adolescentes visto como algo negativo, evidencia-se aqui que os pais restringem a sua ingestão a fim de coibir o costume aos filhos.

A segunda razão explica-se pelo fato de que as crianças são financeiramente dependentes dos adultos da casa, envolvendo geralmente outros gastos com alimentação, educação e vestuário, o que dificulta o gasto com bebidas alcoólicas de maneira geral, por este ser não ser um bem de primeira necessidade. A variável atribuída a quantidade de moradores (QTDEMOR) condiz com o esperado, pois esta variável inclui mais pessoas que consomem bebidas alcoólicas, assim como aqueles que contribuem diretamente para a renda da UC.

Tabela 3 – Resultados das regressões quantílicas e por OLS das amostras dos gastos com Bebida

Variáveis	Regressões Quantílicas					OLS
	$\tau = 0.1$	$\tau = 0.25$	$\tau = 0.5$	$\tau = 0.75$	$\tau = 0.90$	
Intercepto	1.224*** (0.242)	1.749*** (0.258)	2.498*** (0.219)	2.822*** (0.216)	2.873*** (0.285)	2.319*** (0.131)
log(RENDA_TOTAL)	0.212*** (0.024)	0.247*** (0.029)	0.265*** (0.023)	0.294*** (0.024)	0.302*** (0.027)	0.264*** (0.014)
Idade	0.0033 (0.007)	-0.0035 (0.009)	-0.0117 (0.008)	-0.0034 (0.007)	0.0066 (0.011)	-0.00502 (0.004)
Idade2	-0.00008 (0.000)	-0.00003 (0.000)	0.00004 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00009 (0.000)	0 (0.000)
Mulher	0.078 (0.056)	-0.048 (0.045)	-0.055 (0.039)	-0.056 (0.046)	-0.080* (0.043)	-0.038 (0.025)
Estudo	0.006 (0.006)	0.009 (0.007)	-0.003 (0.006)	-0.001 (0.006)	0.013* (0.007)	0.004 (0.003)
Estudo2	-0.0001 (0.00007)	-0.0001 (0.00007)	0.00001 (0.00006)	-0.00005 (0.00007)	-0.0002** (0.00007)	-0.0001 (0.000)
Norte	0.339*** (0.090)	0.257*** (0.056)	0.276*** (0.055)	0.418*** (0.070)	0.461*** (0.059)	0.336*** (0.047)
NE	-0.007 (0.048)	0.03 (0.051)	0.088** (0.040)	0.181*** (0.042)	0.230*** (0.050)	0.119*** (0.027)
Sul	-0.085** (0.042)	-0.101* (0.054)	-0.046 (0.043)	-0.05 (0.044)	-0.063 (0.050)	-0.049* (0.028)
CO	0.064 (0.047)	0.059 (0.066)	0.151*** (0.047)	0.102* (0.054)	0.146* (0.075)	0.133*** (0.044)
Rural	-0.047 (0.032)	-0.090** (0.040)	-0.136*** (0.049)	-0.055 (0.049)	-0.024 (0.056)	-0.092*** (0.034)
Gravidez	-0.168* (0.091)	-0.169 (0.304)	-0.451*** (0.117)	-0.539*** (0.168)	-0.468 (0.992)	-0.301** (0.127)
Religião	-0.206 (0.136)	-0.171*** (0.060)	-0.073 (0.065)	-0.284*** (0.081)	-0.171** (0.074)	-0.177*** (0.038)
Menor6	-0.091 (0.073)	-0.117** (0.050)	-0.158*** (0.047)	-0.089* (0.048)	-0.160*** (0.061)	-0.130*** (0.029)
Menor11	-0.219*** (0.062)	-0.232*** (0.050)	-0.098** (0.047)	-0.130*** (0.049)	-0.138*** (0.049)	-0.141*** (0.028)
Menor17	-0.063 (0.056)	-0.025 (0.053)	-0.029 (0.043)	-0.092** (0.047)	-0.022 (0.052)	-0.034 (0.027)
Qtdemor	0.024 0.019	0.026* 0.01453	0.014 0.01488	-0.001 0.01621	-0.008 0.01656	0.008 (0.009)
R ²						0.054
R ² Ajustado						0.052
Erro Padrão dos Resíduos						33.583 (df = 9418)
Estatística F						32.201*** (df = 16; 9418)
Nota:						p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Figura 2 – Gráficos das regressões quantílicas e por OLS das amostras dos gastos com Bebida



Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da IBGE (2010a).

A segunda razão explica-se pelo fato de que as crianças são financeiramente dependentes dos adultos da casa, envolvendo geralmente outros gastos com alimentação, educação e vestuário, o que dificulta o gasto com bebidas alcoólicas de maneira geral, por este ser não ser um bem de primeira necessidade. A variável atribuída a quantidade de moradores (QTDEMOR) condiz com o esperado, pois esta variável inclui mais pessoas que consomem bebidas alcoólicas, assim como aqueles que contribuem diretamente para a renda da UC.

4. Considerações Finais

A partir dos dados da POF 2008-2009, o presente trabalho analisou o perfil sócio-demográfico dos consumidores de bebida alcoólica no Brasil, e demonstrou que famílias com maior renda, do sexo masculino, não religiosas e residentes no Norte e Nordeste, apresentaram, de maneira geral, maiores despesas com bebidas alcoólicas do que famílias de menor renda, mulheres e que praticam alguma religião.

Os resultados das regressões mostraram que as variáveis relacionadas ao sexo e idade, em que esperava-se que seriam determinantes importantes ao consumo de bebidas - tanto pelo senso comum, como pela literatura (RICE et al., 1998; PEELE; BRODSKY, 2000; ANGULO; GIL; GRACIA, 2001) - mostraram-se estatisticamente insignificantes. É possível supor de que não há discriminação de consumo entre os gêneros, e de que os hábitos de consumo de cerveja não mudem com a idade, mas os dados não permitem fazer suposições concretas a respeito.

No Brasil, as crianças influenciam diretamente na decisão dos gastos com bebidas dos outros membros da mesma família, inibindo-os. Esta é uma evidência importante, pois comumente na literatura é debatido o reflexo do consumo de bebida dos pais sobre o comportamento dos filhos, e nunca o contrário (a exemplo de Bendtsen et al. (2013)). Já o mesmo não ocorre com os adolescentes, podendo ser uma aceitação dos adultos para o consumo de álcool moderado nesta faixa etária, como sugere Foley et al. (2004).

Este trabalho expôs portanto indícios de que os pais tem preocupação de que os filhos consumam bebidas alcoólicas, com isso restringem a sua ingestão, a fim de não incentivá-los a beber.

Referências

ALBA, J. W.; WILLIAMS, E. F. Pleasure principles: A review of research on hedonic consumption. *Journal of Consumer Psychology*, v. 23, n. 1, p. 2 – 18, 2013. ISSN 1057-7408. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1057740812000988>>.

ANGULO, A. M.; GIL, J. M.; GRACIA, A. The demand for alcoholic beverages in Spain. *Agricultural Economics*, v. 26, n. 1, p. 71 – 83, 2001. ISSN 0169-5150. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/>>.

BARROS, M. B. d. A. et al. Perfil do consumo de bebidas alcoólicas: diferenças sociais e demográficas no município de Campinas, estado de São Paulo, Brasil, 2003. *Epidemiologia e serviços da saúde*, v. 17, n. 4, p. 259–270, 2008.

BAUM-BAICKER, C. The psychological benefits of moderate alcohol consumption: A review of the literature. *Drug and Alcohol Dependence*, v. 15, n. 4, p. 305 – 322, 1985. ISSN 0376-8716. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0376871685900080>>.

BENDTSEN, P. et al. Adolescent alcohol use reflects community-level alcohol consumption irrespective of parental drinking. *Journal of Adolescent Health*, v. 53, n. 3, p. 368 – 373, 2013. ISSN 1054-139X. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1054139X1300267X>>.

CLEMENTS, K. W.; SELVANATHAN, S. The economic determinants of alcohol consumption. *Australian Journal of Agricultural Economics*, Blackwell Publishing Ltd, v. 35, n. 2, p.209–231, 1991. ISSN 1467-8489. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8489>>.

[1991.tb00506.x>](#).

CLEVELAND, M. J. et al. Moderating effects of positive parenting and maternal alcohol use on emerging adults' alcohol use: Does living at home matter? *Addictive Behaviors*, v. 39, n. 5, p. 869 – 878, 2014. ISSN 0306-4603. Disponível em:

[<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306460314000306>](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306460314000306).

COLEN, L.; SWINNEN, J. F. *Beer Drinking Nations. The Determinants of Global Beer Consumption*. [S.l.], 2010.

COOK, P. J.; MOORE, M. J. Drinking and schooling. *Journal of Health Economics*, v. 12, n. 4, p. 411 – 429, 1993. ISSN 0167-6296. Disponível em: [<http://www.sciencedirect.com/>](http://www.sciencedirect.com/).

DAVE, D.; KAESTNER, R. Alcohol taxes and labor market outcomes. *Journal of Health Economics*, v. 21, n. 3, p. 357 – 371, 2002. ISSN 0167-6296. Disponível em: [<http://www.sciencedirect.com/>](http://www.sciencedirect.com/).

FARRELL, S.; MANNING, W. G.; FINCH, M. D. Alcohol dependence and the price of alcoholic beverages. *Journal of Health Economics*, v. 22, n. 1, p. 117 – 147, 2003. ISSN 0167-6296. Disponível em: [<http://www.sciencedirect.com/>](http://www.sciencedirect.com/).

FOGARTY, J. The demand for beer, wine and spirits: a survey of the literature. *Journal of Economic Surveys*, Blackwell Publishing Ltd, v. 24, n. 3, p. 428–478, 2010. ISSN 1467-6419. Disponível em: [<http://dx.doi.org/>](http://dx.doi.org/).

FOLEY, K. long et al. Adults' approval and adolescents' alcohol use. *Journal of Adolescent Health*, v. 35, n. 4, p. 345.e17 – 345.e26, 2004. ISSN 1054-139X. Disponível em: [<http://www.sciencedirect.com/>](http://www.sciencedirect.com/).

GALLET, C. A. The demand for alcohol: a meta-analysis of elasticities. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, Blackwell Publishing Asia, v. 51, n. 2, p. 121–135, 2007. ISSN 1467-8489. Disponível em: [<http://dx.doi.org/>](http://dx.doi.org/).

HAO, L.; NAIMAN, D. Q. *Quantile regression*. [S.l.]: Sage, 2007.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE. *Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009*. Rio de Janeiro, 2010.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE. *Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Antropometria e Estado Nutricional de Crianças, Adolescentes e Adultos no Brasil*. Rio de Janeiro, 2010.

JOHNSON, J. A.; OKSANEN, E. H. Estimation of demand for alcoholic beverages in Canada from pooled time series and cross sections. *The Review of Economics and Statistics*, The MIT Press, v. 59, n. 1, p. pp. 113–118, 1977. ISSN 00346535. Disponível em: [<http://www.jstor.org/stable/1924911>](http://www.jstor.org/stable/1924911).

KOENKER, R. *quantreg: Quantile Regression*. [S.l.], 2013. R package version 5.05. Disponível em: [<http://CRAN.R-project.org/package=quantreg>](http://CRAN.R-project.org/package=quantreg).

KOENKER, R.; BASSETT GILBERT, J. Regression quantiles. *Econometrica*, The Econometric Society, v. 46, n. 1, p. pp. 33–50, 1978. ISSN 00129682. Disponível em: [<http://www.jstor.org/>](http://www.jstor.org/).

KROEFF, L. R.; MENGUE, S. S. Análise dos gastos individuais com tabagismo a partir da pesquisa de orçamentos familiares de 2002-2003. *Cad. saúde pública*, SciELO Public Health, v. 26, n. 12, p. 2334–2342, 2010.

LOHR, S. *Sampling: design and analysis*. [S.l.]: Nelson Education, 2009.

PEELE, S.; BRODSKY, A. Exploring psychological benefits associated with moderate alcohol use: a necessary corrective to assessments of drinking outcomes? *Drug and Alcohol Dependence*, Elsevier, v. 60, n. 3, p. 221–247, 2000. ISSN 0376-8716. Disponível em: [<http://www.sciencedirect.com/>](http://www.sciencedirect.com/).

PINSKY, I. Propaganda de álcool e associação ao consumo de cerveja por adolescentes. *Revista*

de Saúde Pública, SciELO Brasil, v. 45, n. 3, p. 441-7, 2011.

R Core Team. *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. Vienna, Austria, 2014. Disponível em: <<http://www.R-project.org/>>.

RAMOS, E. G.; ANTONACI, G. de A. *IBGEPesq: Leitura e processamento dos dados das pesquisas PNAD e PME*. [S.l.], 2010. R package version 1.0-3.

RICE, N. et al. The influence of households on drinking behaviour: a multilevel analysis. *Social Science Medicine*, v. 46, n. 8, p. 971 – 979, 1998. ISSN 0277-9536. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/>>.

RUHM, C. J. Economic conditions and alcohol problems. *Journal of Health Economics*, v. 14, n. 5, p. 583 – 603, 1995. ISSN 0167-6296. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/>>.

RUHM, C. J.; BLACK, W. E. Does drinking really decrease in bad times? *Journal of Health Economics*, v. 21, n. 4, p. 659 – 678, 2002. ISSN 0167-6296. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/>>.

SANTOS, M. J. d.; KAWAMURA, H. C.; KASSOUF, A. L. Socioeconomic conditions and risk of mental depression: An empirical analysis for brazilian citizens. *Economics Research International*, Hindawi Publishing Corporation, v. 2012, 2012.

VERMEULEN-SMIT, E. et al. The influence of paternal and maternal drinking patterns within two-partner families on the initiation and development of adolescent drinking. *Addictive Behaviors*, v. 37, n. 11, p. 1248 – 1256, 2012. ISSN 0306-4603. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/>>.

World Health Organization. *Global status report on alcohol and health-2014*. World Health Organization, 2014. Disponível em: <http://www.who.int/iris/bitstream/10665/112736/1/9789240692763_eng.pdf>.

1. Doutorando em Economia pela Universidade Federal de Santa Catarina (PPGECO/UFSC). Email: dimitri.bessa@posgrad.ufsc.br

2. Profª Dra. Adjunta do Departamento de Economia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Email: evadasilvacatela@gmail.com

3. Para um melhor entendimento a respeito de “Consumo Hedônico”, ver Alba e Williams (2013)

4. O CV é dado pela proporção do Erro Padrão com a Média da Amostra

5. Com exceção apenas no quantil $\tau = 0.25$

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 16) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados