

PERFIL DA SATISFAÇÃO CORPORAL DE FREQUENTADORES DE ACADEMIAS E SUA RELAÇÃO COM O CONSUMO DE PRODUTOS DIET E/OU LIGHT – SANTA CRUZ/RN

Thaiz Mattos Sureira¹

Thaís Gomes da Cruz²

RESUMO

A imagem corporal é uma variável multidimensional influenciada por diversos fatores. A sua percepção resulta em respostas emocionais associadas ao nível de satisfação corporal. As distorções na imagem corporal geralmente são acompanhadas de insatisfação, as quais geram transtornos mentais e comportamentos não saudáveis de controle de peso. Partindo deste ponto, o presente estudo teve como objetivo conhecer o perfil referente à satisfação e percepção da imagem corporal de frequentadores de academias de uma cidade do interior do Rio Grande do Norte, e verificar sua relação com o consumo de produtos *diet* e *light*. A percepção da imagem corporal foi analisada pela prancha de silhuetas e comparada com o IMC. A satisfação corporal foi analisada por meio do *Body Shape Questionnaire*, e para análise do consumo de produtos *diet* e *light* foi utilizado um questionário. Observou-se a existência de associação estatística ($p=0,0003$) entre o estado nutricional real e a percepção subjetiva dos indivíduos com relação ao seu corpo independente do sexo. Porém no nível de satisfação corporal com o IMC obteve-se associação estatística apenas para a população do sexo feminino ($p=0,0015$). Em relação ao consumo de produtos dietéticos, obteve-se resultados positivos entre os de classificação *light* e o grau de insatisfação da imagem corporal ($p=0,006$). Sabendo-se que a insatisfação corporal é um fator de alerta para adoção de práticas alimentares errôneas e desenvolvimento de transtornos alimentares, nota-se a importância da identificação precoce destes fatores, de modo a intervir para a não progressão de problemas psicológicos e fisiológicos mais graves.

PALAVRAS-CHAVE: Imagem corporal. Alimento *light*. Alimento *diet*. Atividade física.

¹Doutora em nutrição (2016). E-mail: sureira78@gmail.com

²Bacharel em nutrição (2016). E-mail: thaix_gomes@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A imagem corporal é uma variável multidimensional influenciada por diversos fatores, tais como sociais, culturais e psicológicos. A sua percepção resulta em respostas emocionais que estão associadas ao nível de satisfação corporal (SAUR; PASIAN, 2008). Partindo deste ponto, as distorções na imagem corporal são geralmente acompanhadas de insatisfação, na qual está associada com consequências negativas como transtornos mentais e comportamentos não saudáveis de controle de peso (BRAGGION, 2000).

Loland (2000) destaca que a insatisfação corporal talvez seja um dos principais motivos para a iniciação de um programa de atividade física. E Morgado (2009) afirma que a insatisfação corporal pode ser percebida, nos dias atuais, pelo aumento dos distúrbios alimentares, e pela busca incessante por atividades físicas e cirurgias plásticas, que visam moldar o corpo, em direção ao idealizado corpo perfeito.

Sabe-se que os indivíduos avaliam seus corpos a partir da interação de experiências perceptivas com o meio ambiente (TAVARES, 2003). Sendo assim, fatores socioculturais, incluindo a influência dos amigos, pais e da mídia, são elementos ambientais que podem afetar o padrão das pessoas com relação ao peso (MACHADO, 1999).

Além disso, sabe-se que a sociedade atual dá ênfase no ideal da magreza, o que muitas vezes contribui para que os indivíduos realizem dietas inadequadas sem nenhuma orientação profissional, e façam o uso indiscriminado de produtos para fins especiais, como os diet e light, com intuito de perda e/ou manutenção do peso, visando o corpo ideal (TEBALDI; CARVALHO, 2006).

A Portaria de nº 29, de 13 de janeiro de 1998 (BRASIL, 1998), traz abordagens sobre esses produtos destinados a fins especiais, dentre as quais se faz a distinção entre os termos “*diet*” e “*light*”. Os produtos diet são aqueles que apresentam restrição de um dos ingredientes em sua formulação. Já o termo light é utilizado para produtos que teve diminuição do teor de um ou mais componentes,

numa redução total ou parcial, de no mínimo 25%, de um ingrediente em relação ao produto convencional (OLIVEIRA; ASSUMPÇÃO, 2000).

Sabe-se que nos dias atuais os indivíduos estão cada vez mais preocupados com a busca por um corpo ideal e que o consumo de produtos para fins especiais, sem orientação ou conhecimento prévio, está cada vez maior. Assim, o presente estudo teve como objetivo conhecer o perfil referente à satisfação e percepção da imagem corporal de frequentadores de academias de uma cidade do interior do Rio Grande do Norte, e verificar sua relação com o consumo de produtos *diet* e *light*.

2 MATERIAL E MÉTODOS

Trata-se de um estudo transversal, descritivo observacional aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi- UFRN nº 43008815.9.0000.5568, realizado em 2015, com 153 indivíduos, destes, 69 (45,1%) do sexo masculino e 84 (54,9%) do sexo feminino, com idade entre 18 e 63 anos, frequentadores de academias localizadas no Centro da cidade de Santa Cruz-RN.

Os critérios de inclusão adotados foram: indivíduos com idade superior a 18 anos, alfabetizados, praticantes de atividade física em qualquer modalidade presente nas academias, assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), mediante explicação e esclarecimento das dúvidas referentes à pesquisa. Já os critérios de exclusão foram: o não cumprimento de todo o protocolo de pesquisa

Para o cálculo do tamanho amostral utilizou-se os seguintes parâmetros: nível de confiança de 95%, prevalência estimada (ZENITH, 2012) de 80% (insatisfação corporal), erro aceitável de 5% e acréscimo de 10% para perdas e recusas. A amostragem foi realizada de forma estratificada (proporcionalmente nas quatro academias).

A percepção da imagem corporal foi avaliada através da auto indicação da figura que melhor representasse a silhueta/corpo do participante, tendo como parâmetro a prancha de silhuetas sugerida por Madrigal-Fritsch et al. (1999), no

qual é composta de 9 perfis (masculinos e femininos) subdivididos em quatro categorias: baixo peso (perfil 1), eutrófico (do perfil 2 ao 5), sobrepeso (perfil 6 e 7), e obesidade (perfil 8 e 9) (MADRIGAL-FRITSCH et al.,1999). Posteriormente estas categorias foram comparadas com o Índice de Massa Corpórea (IMC) obtido a partir dos dados de peso e estatura referido, já que a utilização dessas medidas auto relatadas tratam-se de um procedimento válido para classificação do estado nutricional de adultos (FONSECA, 2004):

A satisfação corporal foi avaliada por meio do *Body Shape Questionnaire* (BSQ-34). Este contém 34 itens auto preenchíveis, e permite avaliar a preocupação com a forma e peso corporal. A partir das respostas dos participantes foi realizada a soma de pontos obtidos no teste, sendo possível a classificação do nível de preocupação com a imagem corporal dos participantes em questão, da seguinte forma: ≤ 80 pontos (ausência de insatisfação da imagem corporal); 81-110 pontos (insatisfação leve); 111-140 pontos (insatisfação moderada); >140 pontos (insatisfação grave) (COOPER,1987).

Para análise do consumo de produtos *diet* e *light* utilizou-se um questionário com perguntas fechadas referentes a frequência de consumo, indicação, significado dos termos *diet* e *light* e justificativa de uso. Além disso, foram coletados dados socioeconômicos.

A análise estatística foi realizada por meio dos programas Microsoft Excel® 2010 e no BioEstat®5.0, as variáveis foram analisadas conforme sua distribuição e natureza. O nível de significância considerado foi de 5% ($p \leq 0,05$).

3 RESULTADOS

Na população estudada não houve diferença estatística relacionada a idade entre os sexos ($p= 0,1744$), porém com relação ao peso e IMC nota-se que existe diferença estatística entre os grupos, ambos com o $p < 0,001$. Sendo os participantes do sexo masculino possuem maiores valores de média de peso e IMC (Tabela 1).

Tabela 1 – Caracterização da amostra estudada e comparação entre gêneros segundo idade, peso e IMC

Variável	Total n=153	HOMENS n= 69	MULHERES n = 84	p*
Idade [anos]	27,0	26,0	28,0	0,1744
	(18,0 - 63,0)	(18,0 - 55,0)	(18,0 - 63,0)	<0,0001
Peso [kg]	69,0	76,0	62,0	0,0001
	(41,0 – 110,0)	(53,0 - 110,0)	(41,0 – 98,0)	
IMC [kg/m²]	24,68	25,6	23,5	
	(16,4 – 37,3)	(19,9 - 35,5)	(16,4 – 37,3)	

IMC – Índice de Massa Corpórea

[] unidade de medida

() variação dos valores – mínimo e máximo

*nível descritivo determinado por meio do teste de Mann Withney para diferença entre gêneros

Na tabela 2, estão dispostas as características da amostra quanto a escolaridade e renda. Nota-se que para ambos os sexos a maior parcela da amostra estudada possui ensino médio ou superior, sendo a somatória destas categorias de 92,7% para o sexo masculino e 91,7% para o sexo feminino. Com relação a renda observa-se que a maior concentração da amostra relata o recebimento de 1 a 3 salários mínimos.

Tabela 2– Caracterização da amostra estudada e comparação entre gêneros segundo escolaridade e renda

Variável	Classificação	Total n=153		HOMENS n= 69		MULHERES n = 84	
		n	%				
Escolaridade	Ensino						
	Fundamental	12	7,8	5	7,2	7	8,3
	Ensino médio	80	52,3	37	53,6	43	51,2
	Ensino superior	61	39,9	27	39,1	34	40,5
Renda [salários]	< 1	19	12,4	8	11,6	11	13,1
	De 1 a 3	86	56,2	33	47,8	53	63,1
	De 3 a 6	33	21,6	17	24,6	16	19,0
	> 6	15	9,8	11	15,9	4	4,8

[] unidade de medida

Com relação a percepção da imagem corporal e IMC, os dados coletados demonstraram existir associação estatística ($p < 0,01$) entre o estado nutricional real e a percepção subjetiva dos indivíduos com relação ao seu corpo independente do

sexo (Tabela 3). Porém, destaca-se que o maior número de pessoas com tal distorção (real e subjetiva) ocorreu entre os indivíduos com classificação de sobrepeso, onde estes se auto classificaram como eutróficos.

Tabela 3 – Análise de associação entre IMC e classificação da Prancha de Silhuetas em ambos os sexos

Classe Silhueta	IMC				TOTAL
	Baixo Peso	Eutrofia	Sobrepeso	Obesidade	
Baixo Peso	2	23	5	0	30
Eutrofia	0	58	41	2	101
Sobrepeso	0	3	8	8	19
Obesidade	0	0	1	2	3
TOTAL	2	84	55	12	153

IMC – Índice de Massa Corpórea
 $p= 0,0003$ determinado por meio do teste G de associação

Em relação ao grau de satisfação corporal (analisado pelo BSQ) e o IMC, houve correlação estatística entre estas variáveis na população do sexo feminino ($p= 0,0015$) (Tabela 4). Sendo observadas que as mulheres com classificação de sobrepeso e obesidade foram as únicas que apresentaram grau de insatisfação grave da imagem corporal. Já para a população do sexo masculino não houve associação estatística entre tais variáveis ($p=0,384$) (Tabela 5).

Tabela 4 – Análise de associação entre IMC e classificação do BSQ de acordo com o sexo feminino

Classificação do BSQ	IMC				TOTAL
	Baixo Peso	Eutrofia	Sobrepeso	Obesidade	
Ausência de insatisfação	2	39	6	3	50
Insatisfação leve	0	14	6	1	21
Insatisfação moderada	0	3	3	0	6
Insatisfação grave	0	0	4	3	7
TOTAL	2	56	19	7	84

IMC – Índice de Massa Corpórea
 $p= 0,0015$ determinado por meio do teste de Contingência C

Tabela 5 – Análise de associação entre IMC e classificação do BSQ de acordo com o sexo masculino

Classificação do BSQ	IMC				TOTAL
	Baixo Peso	Eutrofia	Sobrepeso	Obesidade	
Ausência de insatisfação	0	25	27	3	55
Insatisfação leve	0	1	8	1	10
Insatisfação moderada	0	2	1	1	4
Insatisfação grave	0	0	0	0	0
TOTAL	0	28	36	5	69

IMC – Índice de Massa Corpórea
 BSQ – Body Shape Questionnaire
 $p= 0,384$ determinado por meio do teste de Contingência C

Na análise de do consumo de produtos *diet* e *light* não foi observada diferença significativa entre os sexos e o consumo destes produtos (tabela 6 e 7), sendo o $p= 0,1059$ para produtos *diet* e $p=0,3542$ para produtos *light*.

Tabela 6 – Análise entre sexo e consumo de produtos *diet*

Sexo	Consome produtos <i>diet</i>		Total
	Sim	Não	
Masculino	27	42	69
Feminino	23	61	84
Total	50	103	153

$p= 0,1059$ determinado por meio do teste Mann Whitney

Tabela 7 –Análise entre sexo e consumo de produtos *light*

Sexo	Consome produtos <i>light</i>		Total
	Sim	Não	
Masculino	32	37	69
Feminino	48	36	84
Total	80	73	153

$p= 0,3542$ determinado por meio do teste Mann Whitney

Nas tabelas 8 e 9 estão dispostos dados referentes a caracterização da amostra quanto ao consumo de produtos de *light* e *diet*. Nota-se que o percentual de consumo de tais produtos foi de 55,6% e 32,7%, respectivamente, para o consumo de tais produtos. Sendo que, 86% da população consumidora de produto *diet* relatou uso concomitantemente com produtos *light*. Além disso, destaca-se que a tendência ao consumo de produtos *light* e *diet* se comportou de forma similar em ambos os sexos, não havendo discrepância em termos percentuais. Para produtos *light*, obteve-se 53% de consumo para o sexo feminino e 47% para o sexo masculino, e para produtos *diet*, 54% para o sexo masculino e 46% para o sexo feminino.

Em relação ao questionamento sobre o significado de tais produtos, a maior parcela dos entrevistados não soube responder de forma correta. Sendo o percentual de erro de 74,11% para consumidores de produtos *light*, e 80% para consumidores de produtos *diet*. Dentre esses consumidores, a auto indicação foi prevalente nas duas classes de produto, cerca de 40% da amostra. Já a justificativa se uso por “achar mais saudável” ou para obter “controle de peso” foi superior a 60% para ambos produtos.

Tabela 8 – Caracterização da amostra estudada quanto ao consumo de produtos *diet*

Variável	Classificação	N	%
Consome produtos <i>diet</i>	Não	103	67,3
	Sim	50	32,7
Significado de <i>diet</i>	Ausência de açúcar	23	46,0
	Menor teor calórico	13	26,0
	Ausência de algum componente	10	20,0
	Menor teor de gordura	2	4,0
	Não sabe	2	4,0
Frequência de consumo	Não consome	103	67,3
	1 a 3 x mês	16	32,0
	2 a 4 x semana	13	26,0
	< de 1 x mês	7	14,0
	1 x semana	6	12,0
	1 x dia	5	10,0
	≥ 2 x dia	2	4,0
	Outra	1	2,0
Por que consome	Controle de peso	19	38,0
	Acha saudável	15	30,0
	Diminuir riscos para doenças	9	18,0
	Problema de saúde	4	8,0
	Outros	3	6,0
Quem orientou o consumo	Auto indicação	20	40,0
	Nutricionista	10	20,0
	Médico	6	12,0
	Mídia	5	10,0
	Amigo	3	6,0
	Outro	3	6,0
	Educador físico	3	6,0

Tabela 9– Caracterização da amostra estudada quanto ao consumo de produtos *Light*

Variável	Classificação	N	%
Consome produtos <i>light</i>	Sim	85	55,6
	Não	68	44,4
Significado de <i>light</i>	Menor teor de gordura	29	34,1
	Redução de 25% em algum componente	22	25,9
	Baixo teor calórico	14	16,5
	Ausência de gordura	13	15,3
	Menor teor de açúcar	4	4,7
		3	3,5
	Não sabe	68	44,4
Frequência de consumo	Não consome	21	24,7
	2 a 4 x semana	21	24,7
	1 a 3 x mês	13	15,3
	1 x semana	12	14,1
	< de 1 x mês	12	14,1
	1 x dia	5	5,9
	≥ 2 x dia	1	1,2
	Outra	30	35,3
Por que consome	Acha saudável	26	30,6
	Controle de peso	20	23,5
	Diminuir riscos para doenças	5	5,9
	Outros	4	4,7
	Problema de saúde	35	41,2
Quem orientou o consumo	Auto indicação	21	24,7
	Nutricionista	8	9,4
	Mídia	8	9,4
	Educador físico	6	7,1
	Amigo	4	4,7
	Médico	3	3,5
	Outro		

Na análise estatística entre o consumo de produtos para fins dietéticos *light* e o grau de insatisfação da imagem corporal obteve-se associação significativa ($p=0,006$) (Tabela 10). O mesmo não foi observado para a relação entre o consumo de produtos *diet* e a insatisfação da imagem corporal ($p=0,0738$) (Tabela 11).

Tabela 10 – Análise de associação entre consumo de produtos *light* e classificação do BSQ

Classificação do BSQ	Consome produtos <i>Light</i>		Total
	Sim	Não	
Ausência de insatisfação	50	55	105
Insatisfação leve, moderada ou grave	35	13	48
Total	85	68	153

BSQ – Body Shape Questionnaire

p= 0,006 determinado por meio do teste Qui-Quadrado (tabela de contingência L x C)

Tabela 11 – Análise de associação entre consumo de produtos *diet* e classificação do BSQ

Classificação do BSQ	Consome produtos <i>diet</i>		Total
	Sim	Não	
Ausência de insatisfação	29	76	105
Insatisfação leve, moderada ou grave	21	27	48
Total	50	103	153

BSQ – Body Shape Questionnaire

p= 0,0738 determinado por meio do teste Qui-Quadrado (tabela de contingência L x C)

4 DISCUSSÃO

O excesso de preocupação com o corpo, observado nos dias atuais, tem sido objeto de diversos estudos, uma vez que, observou-se o crescente número e procura por academias, salões de beleza, além da elevação no número de cirurgias plásticas e transtornos alimentares (MORGADO, 2009).

A percepção da imagem corporal pode ser um fator determinante para a busca por procedimentos estéticos ou mudanças comportamentais, como iniciação

de exercícios físicos, ou alimentares, que muitas vezes ocorrem sem orientação profissional e resultam em distúrbios alimentares (MORGADO, 2009).

Na população estudada, houve associação estatística entre o estado nutricional real e a percepção subjetiva dos indivíduos com relação ao seu corpo ($p=0,0003$), mostrando que o instrumento é confiável para esse tipo de avaliação. Porém, diferente dos resultados encontrados por Zenith (2012), no qual se analisou a percepção e imagem corporal de 111 usuários do Programa Academias da Cidade em Belo horizonte, no qual 75% da amostra estudada superestimava seu peso corporal, os dados obtidos no presente estudo mostram que dentre os participantes que possuíam percepções errôneas de seus corpos com relação ao estado nutricional real, 95% subestimavam tal condição, ou seja, consideravam-se com perfis mais magros do que seu estado nutricional real. O grupo de maior destaque foi o de indivíduos com classificação de sobrepeso, dentre os 55 participantes em tal condição, 41 se auto definiram como eutróficos.

Alguns estudos obtiveram diferença na auto percepção da imagem quando analisado separadamente por sexo. Ciampo (2010) observaram que a superestimação da forma física acontece principalmente entre as mulheres (81,6% de sua amostra), enquanto que homens tendem a subestimar (78,2%). No presente estudo, apesar de uma pequena parcela feminina (10,8%) superestimar sua forma física e de não haver nenhum comportamento masculino nesta condição, nota-se que os dados de subestimação foram elevados entre esta população (89,2%). Já o sexo masculino teve o comportamento igual, de subestimação, para todos os participantes que possuíam percepções distorcidas de seus corpos.

Quando analisado o grau de satisfação corporal, no qual foi definido pela classificação do BSQ e o IMC, observou-se que existe correlação estatística apenas para a população do sexo feminino ($p=0,0015$), onde houve uma representação de 70,8% dos indivíduos insatisfeitos com sua forma corporal. Tais achados corroboram com os resultados obtidos por Silva (2013), que obteve percentual maior de mulheres, dentre os participantes insatisfeitos, sendo 72,7% da amostra, quando comparado aos homens (27,3%).

Para Ciampo (2010) a insatisfação corporal se expressa de forma mais acentuada nas mulheres do que entre os homens, e isto pode ocorrer devido a menor pressão social que estes sujeitos (homens) são submetidos, parecendo assim aceitarem melhor seus corpos. Porém, sabe-se que a busca pelo corpo perfeito idealizado pela sociedade está crescendo também entre esse grupo, os quais se preocupam com em aumentar suas medidas, o que desmistifica o culto ao corpo apenas para o sexo feminino, apesar de ainda ser o sexo mais influenciado por fatores culturais, psicológicos e sociais (SANTOS,2013).

Foi observado também, que o grau mais acentuado de insatisfação da imagem corporal ocorreu entre as mulheres com peso mais elevado e com classificação de IMC de sobrepeso e obesidade. Para Damasceno et al. (2005) as pessoas que estão acima do peso têm como particularidade o descrédito da própria imagem, passando por uma condição estigmatizada pela sociedade, no qual se eleva a insatisfação corporal. Porém, tal questão mostra-se mais uma vez condizente com o sexo, pois quando analisado a média de IMC, observa-se que esta é superior para homens (25,6 kg/m²), e que o grau de insatisfação entre este grupo não é significativo quando comparado às mulheres (que possuem média de IMC 23,5 kg/m²), mesmo havendo elevação na média de IMC.

Quando analisado questões inerentes a prática alimentar, relacionado ao consumo de produtos dietéticos, *diet* e *light*, no qual tem se observado o aumento do número e variedade destes, como destaca a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos Dietéticos e para Fins Especiais e Congêneres (ABIAD), obteve-se um percentual de consumo para produtos *light* de mais da metade da amostra estudada, cerca de 55,6%, e de 32,7% para o consumo de produtos *diet*. Não havendo diferença estatística para o padrão de consumo.

Apesar destes alimentos, destinados para fins especiais, atenderem situações específicas de saúde e proporcionar qualidade de vida e variações na terapia de indivíduos com distúrbios fisiológicos, sabe-se que o baixo nível de conhecimento dos consumidores pode levar ao uso inadequado destes produtos (CIAMPO, 2010). Tal questão foi observada neste estudo, no qual o percentual de erro, quanto ao significado do produto foi de 74,11% para consumidores de produtos

light, e 80% para consumidores de produtos *diet*, reafirmando assim a necessidade no avanço dentro do âmbito da informação e educação nutricional, como destaca Garcia (2013), que também obteve resultados semelhantes ao analisar o conhecimento de consumidores de tais produtos em um supermercado localizado no Distrito Federal, no qual apenas 35% dos entrevistados soube responder de forma correta.

Porém, apesar do baixo nível de conhecimento dos participantes quanto aos termos *diet* e *light*, observa-se que o grau de escolaridade não foi um fator determinante paratal questão, uma vez que 88% dos entrevistados, possuíam ensino médio ou superior, tal resultado corrobora com estudo do mesmo autor acimada citado, do qual obteve-se um percentual de 86% dos entrevistados com a mesma escolaridade exposta aqui (ensino médio ou superior).

Pode-se destacar ainda a auto indicação (40% da amostra) como sendo um possível fator influenciador do baixo nível de conhecimento dos consumidores. Uma vez que, a indicação de consumo sendo realizada de forma assistida por um profissional supõe-se que haverá esclarecimento e justificativa da prescrição, auxiliando assim no uso e escolha consciente destes produtos.

Como 72,9% dos indivíduos que possuem algum grau de distorção da imagem corporal fazem uso destes produtos, e com a associação significativa encontrada entre esta variável e produtos *light*, destaca-se a importância da adoção de padrões de vigilância à saúde dessas pessoas, especialmente quanto ao desenvolvimento de transtornos mentais comuns e comportamentos alimentares de risco, pois sabe-se esta população constitui uma parcela suscetível ao desenvolvimento de tais distúrbios(CIAMPO, 2010; GARCIA et al, 2013).

Algumas limitações no estudo também podem ser destacadas, como a utilização do IMC, pois apesar de ser amplamente utilizado como indicador de subnutrição, desnutrição e obesidade, este possui um fator limitante que é o cálculo baseado apenas na razão do peso corporal (kg) e o quadrado da estatura (m²), ou seja, não há distinção de massa magra e tecido adiposo, sendo assim, este pode ter sido um dos fatores limitantes do estudo, podendo ter contribuído para a subestimação dos participantes em relação ao seu estado nutricional real. Além

disso, essa limitação pode ter sido potencializada pelo tipo de atividade praticada em academias, como a musculação, podendo levar os praticantes a desenvolver massa muscular, no qual não há distinção pelo IMC (FERMINO, 2010).

Outra limitação observada, refere-se a dificuldade de distinção das formas físicas entre as imagens da prancha de silhuetas. Esta, por não possuir figuras multidimensionais, acaba não permitindo a representação total do indivíduo, como a distribuição de sua massa de gordura subcutânea e de outros aspectos antropométricos importantes na formação da imagem corporal (FERRARI, 2012).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo trouxe dados importantes que confirmam a associação da insatisfação corporal com a ingestão de produtos *light* sem prescrição dentre os praticantes de exercício físico. Sabendo-se que a insatisfação corporal é um fator de alerta para adoção de práticas alimentares errôneas e desenvolvimento de transtornos alimentares, nota-se a importância da identificação precoce destes fatores, de modo a intervir para a não progressão de problemas psicológicos e fisiológicos mais graves. Destaca-se também a importância da realização de mais estudos, de forma mais aprofundada, com diferentes metodologias, sob a ótica associada de outros profissionais pois, a insatisfação corporal apesar de ser comumente observada, se faz enigmática quanto ao conjunto de atitudes que decorrem do seu percurso.

**PROFILE OF BODY SATISFACTION OF ACADEMY GUESTS AND THEIR
RELATIONSHIP WITH DIET AND / OR LIGHT PRODUCT CONSUMPTION -
SANTA CRUZ / RN**

ABSTRACT

Body image is a multidimensional variable influenced by several factors. Their perception results in emotional responses that are associated with the level of body satisfaction. Distortions in body image are often accompanied by dissatisfaction, which has negative consequences, such as mental disorders and unhealthy weight control behaviors. From this point, the present study aimed to analyze the relationship between body satisfaction and the consumption of diet and / or light products in gymgoers, being carried out with 153 people who practice physical exercises in the city of Santa Cruz-RN. The perception of body image was analyzed by the silhouette board and then compared with the BMI. The body satisfaction was analyzed through the Body Shape Questionnaire, and for analysis of the consumption of diet and light products a questionnaire was used. There was a statistical association ($p = 0.0003$) between the actual nutritional status and the subjective perception of individuals regarding their body regardless of gender. However, in terms of body satisfaction with BMI, a statistical association was found only for the female population ($p = 0.0015$). Regarding the consumption of dietary products, positive results were obtained between the light classification and the degree of body image dissatisfaction ($p = 0.006$). Knowing that body dissatisfaction is a warning factor for the adoption of wrong eating practices and the development of eating disorders, we note the importance of early identification of these factors, so as to intervene for the non-progression of more serious psychological and physiological problems.

KEYWORDS: Body image. Light food. Diet food. Physical activity.

REFERÊNCIAS

BRAGGION, G. F. et al. **Comparação das variáveis antropométricas de acordo com o grau de satisfação com a aparência corporal em senhoras ativas acima de 50 anos.** Anais do XXIII simpósio Internacional de Ciências do Esporte. São Paulo, outubro, 2000.

BRASIL. **Ministério da Saúde.** Secretaria de Vigilância Sanitária. Portaria nº 29, de 13 de janeiro de 1998. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 jan. 1998. Seção 1, nº 11-E.

CIAMPO, L.A. et al. Percepção corporal e atividade física em uma coorte de adultos jovens brasileiros. **Rev. Brasileira Crescimento Desenvolvimento Humano**, v. 20, n. 4, p.671-679, 2010.

COOPER, P. et al. The Development and Validation of the Body Shape Questionnaire. **Int J Eating Disord**, v.6, n. 4, p.85-94, 1987.

DAMASCENO, V. O. et al. Tipo físico ideal e satisfação com a imagem corporal de praticantes de caminhada. **Revista Brasileira de Medicina do Esporte**, v. 11, n. 3, p. 181-186, 2005.

FERMINO, R.C; PEZZINI, M.R; REIS, R.S. Motivos para prática de atividade física e imagem corporal em frequentadores de academia. **Revista Brasileira da medicina do esporte**, v. 16, n. 1, p.18- 23, 2010.

FERRARI, E.P; DIEGO, A.S.S; EDIO, L.P. Associação entre percepção da imagem corporal e estágios de mudança de comportamento em acadêmicos de educação física. **Revista Brasileira de Cineantropometria e Desempenho Humano**, v. 14, n. 5, p. 535-544, 2012.

FONSECA, M. J. et. al Validade de peso e estatura informados e índice de massa corporal: estudo pró-saúde. **Rev Saúde Pública**. v. 38, n. 13, p. 392-398, 2004.

GARCIA, P.P.C; SOUSA, B.C.C; ALMEIDA, A.G. Análise do conhecimento dos consumidores de um supermercado de Taguatinga-DF acerca de produtos diet e light. **Anuário da Produção Acadêmica Docente. Faculdade Anhanguera de Brasília**, v. 7, n. 17, p.59-79, 2013.

LOLAND, N.W. The aging body: attitudes toward bodily appearance among physically active and inactive women and men of different ages. **Journal of Aging and Physical Activity**, v. 8, p.197-213, 2000.

MACHADO, D. M. B. et. al. **Gordo: Ser ou Não Ser – Análise da autoimagem do indivíduo com sobrepeso.** Taubaté,1999. (Trabalho de Iniciação Científica – UNITAU).

MADRIGAL-FRITSCH, H. et. al. Percepción de la imagen corporal como aproximación cualitativa al estado de nutrición. **Salud Pública de México.** Cuernavaca. v. 41,n. 6, p. 479-486, Nov./Dec, 1999.

MORGADO, F.F.R. et al. Análise dos Instrumentos de Avaliação da Imagem Corporal. **Fit Perf J.** v. 8, n. 3, p. 204-11, 2009.

OLIVEIRA, S. P.; ASSUMPÇÃO, B. V. Alimentos dietéticos: evolução do conceito, da oferta e do consumo. **Rev. Higiene Alimentar**, v. 14, n. 76, p. 36-42, 2000.

SANTOS, A.R.M. et al. A busca pela beleza corporal na feminilidade e masculinidade. **Rev. Brasileira Ciência e Movimento**, v. 21, n. 2, p.135-142, 2013.

SAUR, A. M.; PASIAN, S. R. Satisfação com a imagem corporal em adultos de diferentes pesos corporais. **Avaliação Psicológica**, v. 7, n. 2, p. 199-209, 2008.

SILVA, R. S; FERRARI, V.L. Avaliação da auto-imagem em frequentadores de academias no interior do Rio Grande do Sul. *Revista de Psicologia*, v. 16, n. 24, p.23-30, 2013.

TAVARES, M. C. G. C. F. **Imagem corporal: conceito e desenvolvimento.** São Paulo: Manole, 2003.

TEBALDI, P.; CARVALHO, H.S.L. **Conhecimento e consumo de diet e light por adolescentes matriculados em um colégio estadual de Corbélia – PR.** Monografia (Graduação em Nutrição). Faculdade Assis Gurgacz. Cascavel, 2006.

ZENITH, A. Z. et. al. Avaliação da percepção e satisfação da imagem corporal em usuários do programa Academia da Cidade em Belo Horizonte – Minas Gerais. **e-Scientia**, Belo Horizonte, vol. 5, n. 1, p. 09- 17, jul. 2012.