

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE EDUCAÇÃO FÍSICA
CURSO DE BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

CAMILA LOPES CORREA

**PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL E A INFLUÊNCIA NO CONSUMO
ALIMENTAR EM PRATICANTES DE MUSCULAÇÃO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA

2019

CAMILA LOPES CORREA

**PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL E A INFLUÊNCIA NO CONSUMO
ALIMENTAR EM PRATICANTES DE MUSCULAÇÃO**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à disciplina de TCC 2, do Curso de Bacharelado em Educação Física, do Departamento Acadêmico de Educação Física – DAEFI da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como requisito parcial para a aprovação na mesma.

Orientador: Prof. Dr. Julio Cesar Bassan

Coorientador: Francisco Walesko

CURITIBA

2019



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do
Paraná
Câmpus Curitiba
Diretoria de Graduação e Educação
Profissional
Departamento de Educação Física
Bacharelado em Educação Física



TERMO DE APROVAÇÃO

PERCEPÇÃO DA IMAGEM CORPORAL E A INFLUÊNCIA NO CONSUMO ALIMENTAR EM PRATICANTES DE MUSCULAÇÃO

Por

Camila Lopes Correa

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi apresentado em 12 de novembro de 2019 como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Educação Física. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho **aprovado**.

Prof. Dr. Julio Cesar Bassan
Orientador

Profa. Dra. Ana Paula Bonin Maoski
Membro titular

Profa. Dra. Cintia de Lourdes Nahhas Rodacki
Membro titular

* O Termo de Aprovação assinado encontra-se na coordenação do curso.

RESUMO

CORREA, Camila L. **Percepção da imagem corporal e a influência no consumo alimentar em praticantes de musculação**. 33 f. Monografia de Graduação (Bacharelado em Educação Física) – Departamento Acadêmico de Educação Física. Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Curitiba, 2019.

Homens e mulheres apresentam preocupações com a imagem corporal, desenvolvendo o intuito da procura pela melhora de seus corpos. A imagem corporal pode ser entendida como a imagem que é formada através de percepções a respeito de próprio corpo. É influenciada por diversos fatores, como, aspectos culturais, sociais, comportamentais e afetivos. Sendo assim, objetivo desse trabalho foi analisar a percepção da imagem corporal e a sua influência no consumo alimentar em praticantes de musculação em uma academia situada na região de Curitiba/PR, no bairro Uberaba. A pesquisa se enquadra como quantitativa, tratando de um estudo descritivo combinado com estudo Survey e delineamento transversal. A amostra foi selecionada de maneira intencional, sendo composta por 30 sujeitos do sexo feminino praticantes de musculação, com idades entre 20 a 40 anos. Para avaliar o consumo alimentar foi utilizado o Questionário de Frequência Alimentar (QFA). A percepção da imagem corporal foi analisada conforme a escala de silhueta proposta por Stunkard, Sorenson e Schlusinger (1983). A pesquisa mostrou que 90,0% das mulheres apresentaram insatisfação com sua imagem corporal, sendo que 66,7% estavam insatisfeitas por excesso, 23,3% insatisfeitas por magreza e 10,0% satisfeitas. As mulheres insatisfeitas por excesso tinham um consumo alimentar menor quando comparadas com as insatisfeitas por magreza e as satisfeitas, já as insatisfeitas por magreza e as satisfeitas revelaram um consumo maior quando comparadas com as insatisfeitas por excesso. O presente estudo demonstrou uma existente influência entre a percepção da imagem corporal e o consumo alimentar, sendo que o consumo encontrado pode estar relacionado ao objetivo de cada grupo.

Palavras-chave: Imagem corporal. Consumo Alimentar. Musculação.

ABSTRACT

CORREA, Camila L. **Body image perception and the influence on food consumption in bodybuilders**. 33 f. Undergraduate Monograph (Bachelor of Physical Education) - Academic Department of Physical Education. Federal Technological University of Paraná (UTFPR), Curitiba, 2019

Men and women have concerns about body image, developing the search for improvement of their bodies. Body image can be understood as the image that is formed through perceptions about one's own body. It is influenced by several factors, such as cultural, social, behavioral and affective aspects. Thus, the objective of this work was to analyze the perception of body image and its influence on food consumption in bodybuilders in a gym located in Curitiba / PR, Uberaba neighborhood. The research fits as quantitative, dealing with a descriptive study combined with Survey study and cross-sectional design. The sample was intentionally selected and consisted of 30 female bodybuilders aged 20 to 40 years. To assess food intake the Food Frequency Questionnaire (FFQ) was used. The perception of body image was analyzed according to the silhouette scale proposed by Stunkard, Sorenson and Schlusinger (1983). The survey showed that 90.0% of women were dissatisfied with their body image, with 66.7% being dissatisfied with excess, 23.3% dissatisfied with thinness and 10.0% satisfied. Women dissatisfied with excess had a lower food consumption when compared to those dissatisfied with thinness and satisfied, while women dissatisfied with thinness and satisfied showed a higher consumption when compared to those dissatisfied with excess. The present study demonstrated an existing influence between body image perception and food consumption, and the consumption found may be related to the objective of each group.

Keywords: Body image. Food consumption. Bodybuilding.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Frequência das silhuetas escolhidas como real.....	20
Tabela 2 - Frequência das silhuetas escolhidas como ideal.....	20
Tabela 3 - Percepção da imagem corporal.....	21
Tabela 4 - Classificação da imagem corporal.....	21
Tabela 5 - Percepção da imagem corporal e o consumo alimentar....	21

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 JUSTIFICATIVA	9
1.2 PROBLEMA DA PESQUISA	9
1.3 OBJETIVO GERAL	9
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 IMAGEM CORPORAL	10
2.2 INFLUÊNCIA DA SOCIEDADE NA IMAGEM CORPORAL	11
2.3 INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA IMAGEM CORPORAL	12
2.4 INSATISFAÇÃO CORPORAL	13
2.5 MUSCULAÇÃO, CONSUMO ALIMENTAR E IMAGEM CORPORAL.....	15
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	17
3.1 TIPO DE ESTUDO	17
3.2 AMOSTRA	17
3.2.1 Critérios de Inclusão	17
3.2.2 Critérios de Exclusão	17
3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS	17
3.3.1 Instrumentos	17
3.3.2 Procedimentos	18
3.4 VARIÁVEIS DE ESTUDO	18
3.5 RISCOS E BENEFÍCIOS	18
3.5.1 Riscos	18
3.5.2 Benefícios	18
3.6 ANÁLISE DE DADOS	19
4 RESULTADOS	20
5 DISCUSSÃO	25
6 CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS	28
ANEXO A – Escala de Silhuetas de Stunkard, Sorenson e Schlusinger (1983)	32

ANEXO B – Questionário de Frequência Alimentar (QFA)	33
---	-----------

1 INTRODUÇÃO

O corpo possui diversos aspectos presentes na vida humana, como os fisiológicos, sociais, psicológicos e ambientais, que se relacionam e se integram através do constante processo de percepção. O ser possui memória, portanto carrega consigo histórias e uma identidade. É através dessa identidade corporal que se representa uma imagem corporal. A imagem corporal representa de maneira intrínseca como um indivíduo se coloca no mundo, considerando um processo de um contexto externo e interno. É a partir do contato com mundo externo que o corpo se modifica, provocando novas percepções e transformações (TAVARES, 2003).

A imagem corporal está ligada a uma construção mental de medidas, contornos e sentimentos da forma do próprio corpo, na qual o próprio indivíduo cria (SILVA; BARATTO, 2014). De acordo com Tavares (2003), não é somente por aspectos mentais que se constitui uma imagem corporal, mas sim de experiências existenciais de um ser humano e do seu contato com o outro. Conforme a revisão de literatura realizada por Damasceno et al. (2006), constatou-se que o processo de construção da imagem corporal está diretamente influenciado pelo sexo, idade, meios de comunicação e fatores socioculturais.

A Imagem corporal pode estar relacionada a transtornos alimentares e conseqüentemente interferindo na autoestima e promovendo o adoecimento psíquico quando há obsessão pela magreza (TAVARES, 2003). A preocupação com a imagem corporal e a idealização da mesma, traz como consequência a insatisfação corporal, a qual pode induzir a implicações na saúde das pessoas (ALVES et al., 2009). O imediatismo e diferentes fatores podem levar a alterações no padrão alimentar e influenciar a desenvolver distúrbios. Muitas vezes a imagem corporal e a visão errada deste aspecto podem levar ao consumo inadequado da alimentação (ARAÚJO; OLIVEIRA, 2019).

A concepção de um corpo perfeito está longe de um corpo que um indivíduo possui e provavelmente a estética é a precursora desse corpo idealizado. Contudo, a insatisfação com o corpo real em comparação ao padrão ideal propagado pela mídia, o medo de ser excluído ou de ser desvalorizado, relacionado ao estar em forma e o imediatismo, contribuem para que as pessoas usem o exercício físico para alterar a imagem corporal (PEREIRA JUNIOR; CAMPOS JUNIOR; SILVEIRA, 2013).

Segundo Lipovetsky (2007), a sociedade de consumo interfere nas mudanças corporais e através de meios de comunicações gera anseio por um determinado padrão corporal. Dessa maneira, a procura pelo desenvolvimento da aparência física constituída em um padrão ideal de quem pratica exercícios físicos passa a ser um fenômeno sociocultural mais relevante do que a satisfação econômica, afetiva ou profissional (NOVAES, 2001).

Entre os motivos principais que levam os indivíduos a aderirem a prática da musculação, se encontram o bem-estar, melhoria da saúde, estética corporal e a socialização que o ambiente da academia oferece (LIZ; ANDRADE, 2016).

1.1 JUSTIFICATIVA

Levando em consideração o contexto das salas de musculação em academias, as quais são ambientes de possíveis reflexões e questionamentos em vista do próprio corpo. A relevância deste estudo está em analisar a percepção da imagem corporal e a sua influência no consumo alimentar em praticantes de musculação. O presente trabalho aponta uma importância social na medida em que busca analisar a significância que a percepção da imagem corporal exerce no consumo alimentar de um indivíduo.

1.2 PROBLEMA DA PESQUISA

A percepção da imagem corporal influenciará no consumo alimentar adequado em praticantes de musculação?

1.3 OBJETIVO GERAL

Analisar a percepção da imagem corporal e a sua influência no consumo alimentar em praticantes de musculação.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Avaliar a imagem corporal em praticantes de musculação;

Identificar o padrão do consumo alimentar;

Investigar a influência entre a percepção da imagem corporal e o consumo alimentar.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 IMAGEM CORPORAL

O corpo é quem transmite uma imagem corporal, ele pode ser considerado um meio de percepção, seja ele para o mundo ou para o próprio indivíduo. Ele carrega a memória da existência e cada memória representa uma história. O mundo externo que é percebido pelo corpo, é sempre algo particular, que gera uma relação profunda, na qual permite afirmar que a existência não é isolada e também que não existe nada igual. Dessa forma, cada pessoa se relaciona com a outra em um contexto universal (TAVARES, 2003).

A imagem de um corpo não está apenas ligada em impressões ou sensações palpáveis, mas, relaciona-se a figuras criadas e representadas por um indivíduo. A figura de um corpo está associada às imagens que se sustentam sempre em relação com algo, por exemplo, uma vivência, um sentimento e/ou uma percepção. Através da imagem, o sujeito guarda uma relação, uma situação, ou seja, a imagem do objeto relaciona-se à forma como este foi percebido (GIORDANI, 2006).

Sendo assim, representa experiências muito íntimas de um ser humano, ela compreende aspectos conscientes e inconscientes. Desenvolve-se desde o nascimento até a morte, dentro de uma estrutura complexa e subjetiva, sofrendo modificações ao longo da vida. Está totalmente vinculada com a identidade e a experiência existencial, que é formada através das relações com o mundo externo e com as interações de aspectos conscientes e inconscientes. A imagem corporal num contexto existencial é a revelação de uma identidade, de um sujeito na história e de suas relações concretas. Para um corpo que possui história e memória, toda essa rede de informações que singulariza o indivíduo vai formar uma identidade corporal. Dessa forma, fica evidente que a imagem corporal é uma vivência humana individual e dinâmica (TAVARES, 2003).

O impacto visual que a imagem corporal reflete nos dias atuais é bastante discutido e tem grande importância no cenário sócio afetivo entre pessoas. Por este e outros motivos, as pessoas buscam maneiras para mudar sua imagem corporal, usando de tratamentos estéticos e também da musculação em academias (TRITSCHLER, 2003). Para o mesmo autor, a imagem corporal pode influenciar no engajamento de um programa de exercícios ou também o inverso, quando os exercícios físicos podem alterar a imagem corporal de alguém.

A imagem corporal é considerada importante pelos indivíduos desde os povos primitivos. Na sociedade atual, ela pode estar relacionada a transtornos alimentares, na sua percepção e distorção, conseqüentemente interferindo na autoestima e promovendo o adoecimento psíquico quando há obsessão pela magreza (TAVARES, 2003). A preocupação com a imagem corporal e a idealização da mesma, traz como conseqüência a insatisfação corporal, a qual pode induzir a implicações na saúde das pessoas (ALVES et al., 2009).

Trata-se de um conceito amplo, o qual envolve os processos fisiológicos, psicológicos, sociais e culturais. Pode ser entendida como uma autoavaliação do próprio corpo acerca da sociedade e o meio em que se vive. Embora seja construída através de experiências, ela também possui diversidade e transforma as relações externas com o mundo e é transformada por elas. Simboliza todo o ser de um indivíduo e como ele concebe e percebe seu próprio corpo (BARROS, 2005).

2.2 INFLUÊNCIA DA SOCIEDADE NA IMAGEM CORPORAL

A cultura ao longo da história sempre se mostrou decisiva e reguladora do comportamento humano. Levando em consideração que o indivíduo se encontra inserido em uma cultura determinada, são herdadas e compartilhadas atitudes, crenças, valores e comportamentos, que são passados de geração em geração e comuns a todos que pertencem a essa sociedade. Desse modo, o indivíduo modifica as suas ações de acordo com o que é aceitável ou não no seu meio social. Um exemplo a ser abordado é que na sociedade atual há uma divinização do corpo belo, tomando como verdade que a concepção de beleza difere de acordo com a etnia e a sociedade de cada um (ALVES et al., 2009).

Cada cultura constrói um corpo perfeito a ser obtido, se a imagem a ser valorizada pela mesma for a de uma pessoa magra, conseqüentemente emagrecer será o ideal de todos. Aqueles que não conseguem alcançar a esse padrão corporal sofrem demasiadamente, podendo ocasionar em alguns transtornos, problemas de baixa autoestima, insatisfações e entre outras psicopatologias. Sendo assim, deve-se considerar que as concepções e as representações do corpo, bem como a beleza, não são universais e nem constantes, deste modo, estão associadas às mudanças socioeconômicas e culturais, podendo sofrer transformações ao longo da história em cada sociedade (ALVES et al., 2009).

Segundo Castilho (2001), o belo está determinado pela cultura e pelo momento histórico. Deste modo, o autor destaca que a preocupação com a aparência é uma realidade muito comum na sociedade contemporânea e sendo tão preponderante, leva as pessoas a se preocuparem excessivamente com ela. À vista disso, no início do século XXI se observa que essa busca pelo corpo perfeito de maneira obsessiva já acabou se transformando em um estilo de vida para muitas pessoas, especialmente para mulheres das classes médias urbanas. Portanto, a busca desenfreada por uma aparência “imposta” como ideal, nem sempre será obtida.

2.3 INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA IMAGEM CORPORAL

A mídia é um meio de comunicação que tem a função de disseminar informações, tais como via rádio, jornais, revistas, televisão, vídeo, entre outros (GOMES, 2001). É responsável por propagar modelos estéticos não realistas e também é considerada como uma relevante fonte de informações importantes sobre aparência (ALVARENGA et al., 2010). Devido aos meios de comunicação de massa terem muita importância na sociedade, os mesmos ocupam espaço estratégico dentro dela, constituindo-se em fortes mecanismos que colocam a cultura corporal sob uma ótica jamais vista e/ou vivenciada (DINIZ; RODRIGUES; DARIDO, 2012).

Para Fisher (2005), a influência da mídia está relacionada à circulação de uma série de valores, concepções, representações referentes a um aprendizado cotidiano sobre quem o indivíduo é e o que ele deve fazer com o seu corpo. Ainda para a mesma autora, a televisão tem uma grande participação na formação de padrões, assim sugerindo e estimulando diversas formas de consumo.

O indivíduo é perseguido pelos moldes de beleza, de juventude e de longevidade, sobretudo nos diferentes meios de comunicação, os quais expõem corpos modelos que determinam uma beleza a ser seguida (FISHER, 2002). Coimbra (2001) aponta que a mídia é uma das ferramentas sociais mais importantes e de grande poder, capaz de produzir modelos corporais dominantes e significantes para o mundo todo. Nesse ponto de vista para o autor, ser belo e ser magro caracterizam-se como um padrão propagado pelos meios de comunicação, os quais produzem formas de existir, pensar e se relacionar.

As imagens de corpos impecáveis e sem defeitos expostos pelas revistas, *outdoors*, nos programas televisivos e nas publicidades que os acompanham, nas telas dos cinemas, entre outros meios de atingir o público, são corpos que causam certo desejo de serem alcançados. Essas imagens exercem influências no subconsciente e vem daí a busca de satisfação corporal que as pessoas procuram para dar a si mesmas. Na luta infinita de alcançar a perfeição, muitos jovens e idosos de diversas classes sociais estão tentando, mas sempre se veem longe desse objetivo, pois é algo ilusório (SANTAELLA, 2004).

As redes sociais são propulsoras de informações geralmente equivocadas, manipuladas e que ignoram o princípio da saúde, qualidade de vida e desconhece os aspectos genéticos do indivíduo. As publicidades dessas redes moldam o corpo e modifica o mesmo pela imposição de um padrão corporal. A principal ideia é expor o livre poder de fazer o que se quer com o corpo, mas ao mesmo tempo, submeter à persuasão e a aprovação das pessoas (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

2.4 INSATISFAÇÃO CORPORAL

A busca de uma imagem corporal adequada aos padrões de beleza é um dos acontecimentos mais recorrentes na sociedade atual. Existe uma grande influência cultural por trás desse anseio de um corpo perfeito e neste contexto foram criados modelos corporais quase inatingíveis, que estão bem distantes da realidade da maioria dos indivíduos. E assim, acabam gerando frustrações e insatisfações a respeito do corpo que o mesmo possui (ADAMI et al., 2008).

Em determinados momentos ou fases da vida, a imagem corporal pode apresentar distorções ou condições, as quais levam o indivíduo a uma insatisfação corporal. Portanto, a insatisfação corporal pode ser definida como a avaliação negativa do próprio corpo (ADAMI et al., 2008). Ela é diagnosticada através de figuras do corpo e partes dele, por exemplo, barriga e quadris ou questionários com perguntas sobre peso corporal e aspectos relacionados com a aceitação corporal (STICE ; BEARMAN, 2001).

A mídia cada vez mais impõe padrões de beleza, mulheres esbeltas e homens atléticos, dotados de corpos perfeitos, são os físicos ideais a serem alcançados. Alguns fatores são considerados causadores da insatisfação corporal, entre eles se destacam os fatores sociais, as influências socioculturais, as pressões

da mídia e a busca incessante por um padrão de corpo ideal associado às realizações e felicidade a serem conquistadas. Como consequência, desencadeando nas pessoas uma preocupação e insatisfação com sua imagem corporal, desenvolvendo a busca pela melhora de seus corpos (DAMASCENO et al., 2006).

A prevalência de insatisfação corporal pode estar associada ao sexo e ao estado nutricional. Os homens frequentemente tem o desejo de aumentar as dimensões corporais e as mulheres de diminuir. Um estereótipo mais magro é sinal de beleza entre elas, já entre eles o padrão é um corpo mais volumoso e musculoso (MARTIN et al., 2012).

Há indícios que por volta de 1980, o ideal corporal começou a mudar, os corpos masculinos eram representados por algo excessivo quanto à quantidade muscular, devido ao uso de esteroides anabolizantes. Hoje em dia mídia descreve o corpo ideal sendo mesomorfo, no qual o músculo está presente em maior quantidade e maior desenvolvimento de membros superiores (POPE et al., 2000). Em relação às mulheres, observa-se que atualmente a parte mais valorizada em seu corpo é a região glútea, isso na questão da sociedade brasileira, diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos, em que a valorização maior seria dos seios volumosos. É possível que essas mulheres sejam influenciadas pela cultura de seus respectivos países (BUSSE, 2004).

Segundo um estudo realizado por Cohane e Pope (2001), o qual revisou aspectos relacionados à imagem corporal em indivíduos do sexo masculino, constatou que os meninos geralmente são menos preocupados quando comparados com as meninas, que tendem a se importar mais com essa questão. As mulheres apresentam níveis bem maiores de insatisfação corporal que os homens e descrevem corpos mais magros como objetivo. A maioria dos homens considera um corpo musculoso como um ideal a ser atingido. Dessa forma, o estudo conclui que a insatisfação com a imagem corporal em meninos é comum e diferem do padrão de distorção feminino.

Labre (2002) verificou alguns pontos importantes e influenciadores no padrão de beleza dos homens das mulheres. Destacou que revistas, televisão e filmes são divulgadores de um corpo bonito e padronizado. Notou também que existe uma tendência para homens do padrão cultural musculoso, com elevado grau

de hipertrofia e níveis baixíssimos de gordura, o que hoje é chamado de definição muscular. Para as mulheres, o corpo ideal é de um aspecto magro. Apesar desses meios de comunicação incentivarem a prática de atividade física, sabe-se que a aquisição de um corpo alto, magro, hipertrofiado, com abdominais definidos não é alcançável pela maioria da população nem necessário para uma melhora da saúde.

2.5 MUSCULAÇÃO, CONSUMO ALIMENTAR E IMAGEM CORPORAL

A musculação é bastante praticada por indivíduos que buscam um melhor desempenho físico, um aumento do rendimento esportivo e uma boa qualidade de vida (ARRUDA et al., 2010). Essa prática é eficiente para contribuir com o aumento da massa muscular, reduzir a gordura corporal e estimular várias qualidades da aptidão física, como a força, a flexibilidade, a potência e a resistência muscular (MACEDO et al., 2003). Entre os principais benefícios psicológicos que a prática da musculação proporciona estão a sensação de bem-estar, a disposição para realizar atividades do cotidiano e o controle do estresse (LIZ; ANDRADE, 2016).

A prática da musculação associada à estética possui uma grande relação com a ideia de um corpo perfeito, belo e saudável, em que o bem estar está ligado à beleza. Diante disso, a musculação vem sendo utilizada como um método eficaz de modelagem do corpo. Contudo verifica-se, que muitas pessoas praticam e buscam a musculação apenas com o objetivo estético, deixando a saúde em segundo plano (HASEN; VAZ, 2004). Para a obtenção de um bom desempenho é indispensável aliar a prática da musculação com uma alimentação adequada (MARQUES et al., 2015). Já o consumo alimentar incorreto colabora com a redução e/ou inibição da performance e prejudica a saúde (ADAM et al., 2013).

Segundo um estudo realizado por Araújo e Oliveira (2019), que teve o objetivo de avaliar a associação entre a (in)satisfação com a imagem corporal e o consumo alimentar e nutricional de adultos jovens com idade entre 20 à 40 anos, sendo que nesse estudo 67,6% da amostra eram mulheres e 32,3% eram homens, constatou que mulheres mostraram-se mais insatisfeitas com a sua imagem corporal por excesso de gordura. A insatisfação da imagem corporal por excesso associou-se ao menor consumo de alimentos, o que se traduziu, do ponto de vista nutricional, uma ingestão de energia menor. Dessa forma, foi possível mostrar que existe uma associação entre a percepção da imagem corporal e o consumo alimentar e a

ingestão nutricional e que o sexo dos indivíduos é uma forte variável modificadora de efeito desta associação.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

3.1 TIPO DE ESTUDO

Quanto ao seu objetivo, a pesquisa se enquadra como quantitativa, tratando de um estudo descritivo combinado com estudo Survey (aplicação de questionários) e de delineamento transversal (THOMAS; NELSON e SILVERMAN, 2002).

3.2 AMOSTRA

A amostra foi selecionada de maneira intencional, sendo composta por 30 sujeitos do sexo feminino, praticantes de musculação em uma academia situada na região de Curitiba/PR, no bairro Uberaba, com idades entre 20 e 40 anos.

3.2.1 Critérios de Inclusão

Indivíduos praticantes de musculação a pelo menos 1 ano, do sexo feminino com faixas etárias entre 20 e 40 anos.

3.2.2 Critérios de Exclusão.

Não se aplica.

3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS

3.3.1 Instrumentos

Para avaliar o consumo alimentar foi usado o Questionário de Frequência Alimentar (QFA) orientado, adaptado de Oliveira et al. (2009), que tem como objetivo conhecer o consumo habitual de alimentos por um determinado grupo de pessoas. Dessa maneira a estrutura do instrumento contempla o registro da frequência de ingestão de alimentos em unidades de tempo (PHILIPPI et al.,2003).

A percepção da imagem corporal foi analisada conforme a escala de silhueta proposta por Stunkard, Sorenson e Schlusinger (1983), que consiste em nove silhuetas de cada sexo, mas neste estudo foi utilizada somente a do sexo feminino. Nessa escala, o indivíduo selecionou o número da silhueta que considera semelhante a sua aparência corporal real e também o número da silhueta que acredita ser mais condizente a sua aparência corporal ideal. A partir da escolha do

sujeito foi realizada uma subtração da aparência corporal real a aparência corporal ideal. Caso essa variação fosse igual à zero, o indivíduo era classificado como satisfeito com sua aparência e se diferente de zero era classificado como insatisfeito. Apresentando uma diferença positiva, considerou-se uma insatisfação pelo excesso de peso e quando negativa, uma insatisfação pela magreza (ALVARENGA et al., 2010).

3.3.2 Procedimentos

Inicialmente foi obtida a devida autorização da coordenação da academia de musculação para a aplicação da pesquisa. A coleta de dados foi realizada de acordo com a disponibilidade dos participantes e do local cedente. Consistiu em apenas uma etapa de entrega dos questionários, na qual o avaliado pode optar por responder o questionário de maneira presencial ou a distância sendo entregue posteriormente. Os objetivos e procedimentos da pesquisa foram devidamente explicados aos participantes. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE foi devidamente assinado, respeitando a preservação, integridade e a garantia de sigilo dos indivíduos.

Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, sob o número do CAAE: 20921219.1.0000.5547. Parecer número: 3.610.488.

3.4 VARIÁVEIS DE ESTUDO

Dependentes: imagem corporal.

Independentes: musculação e alimentação.

3.5 RISCOS E BENEFÍCIOS

3.5.1 Riscos

Suscetível a constrangimentos e/ou desconfortos, porém o indivíduo terá a liberdade de responder as questões que se sentir confortável, em um ambiente de sua escolha e também poderá desistir da pesquisa a qualquer momento.

3.5.2 Benefícios

Permitir que o indivíduo conheça a sua forma de percepção corporal, podendo auxiliar em aspectos motivacionais ou identificação de distúrbios de imagem;

Proporcionar para a parte concedente um melhor conhecimento do perfil dos clientes de maneira mais afinada, podendo fazer mudanças nas questões metodológicas e de marketing;

Contribuir com a literatura sobre o perfil do praticante de musculação e relação a sua imagem corporal e com seu consumo alimentar.

3.6 ANÁLISE DE DADOS

Para verificar o pressuposto da normalidade recorreu-se ao teste Shapiro-Wilk, o qual indicou que a amostra não possuía distribuição normal, sendo assim, buscou-se uma alternativa não paramétrica, sendo aplicado o teste Wilcoxon ($p=0,002$) com nível de significância para $p<0,005$.

Todos os procedimentos foram realizados com o programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 17.

Para a análise de dados e obtenção de resultados, foram organizadas tabelas no Microsoft Excel® 2010.

4 RESULTADOS

Ao analisar os dados obtidos com o preenchimento da escala de classificação de Stunkard, constatou-se que houve predominância de 33,3% (n=10) das participantes que se consideravam assemelhar-se com a silhueta de número 4, em seguida 26,7% (n=8) se identificaram com a silhueta de número 5. Não houve participantes que assinalaram as opções 7, 8 e 9 presentes na escala (Tabela 1).

Tabela 1- Frequência das silhuetas escolhidas como real

Nº de escala de silhuetas	n	(%)
2	6	20,0
3	5	16,7
4	10	33,3
5	8	26,7
6	1	3,3

Fonte: Dados do estudo

Com relação à imagem corporal considerada como ideal, os resultados mostram que houve predominância de 56,7% (n=17) das participantes que gostariam de assemelhar-se com a silhueta de número 3, em seguida 26,7% (n=8) desejariam a silhueta de número 4. Não houve participantes que assinalaram as opções 5,6,7,8 e 9 contidas na escala (Tabela 2).

Tabela 2 - Frequência das silhuetas escolhidas como ideal

Nº de escala de silhuetas	n	(%)
1	1	3,3
2	4	13,3
3	17	56,7
4	8	26,7

Fonte: Dados do estudo

Quanto à percepção da imagem corporal, observou que 90,0% (n=27) da amostra encontravam-se insatisfeitas com sua imagem corporal e apenas 10% (n=3) estavam satisfeitas (Tabela 3).

Tabela 3 – Percepção da imagem corporal

Percepção da Imagem corporal	n	(%)
Insatisfeita	27	90,0
Satisfeita	3	10,0

Fonte: Dados do estudo

Quanto à classificação da imagem corporal 66,7 (n=20) se mostraram insatisfeitas por excesso, 23,3 (n=7) se encontraram insatisfeitas por magreza e 10,0% (n=3) estavam satisfeitas (Tabela 4).

Tabela 4– Classificação da imagem corporal

Classificação da Imagem Corporal	n	(%)
Insatisfeita por excesso	20	66,7
Insatisfeita por magreza	7	23,3
Satisfeita	3	10,0

Fonte: Dados do estudo

Para analisar o consumo alimentar da amostra (n=30), foi considerado a maior frequência semanal (4-6x/semana) dos alimentos. Dessa forma, observou-se que nas insatisfeitas por excesso (n=20) houve um menor consumo geral quando comparadas com as insatisfeitas por magreza (n=7) e pelas satisfeitas (n=3). Porém, no que diz respeito ao consumo de frituras e salgados, as insatisfeitas (n=20) por excesso são as únicas que consomem esse tipo de alimento. As insatisfeitas por magreza (n=7) e as satisfeitas (n=3) demonstraram um maior consumo alimentar ao serem comparadas com as insatisfeitas por excesso (Tabela 5).

Tabela 5 – Percepção da imagem corporal e o consumo alimentar

		(continua)					
		Insatisfeitas por excesso		Insatisfeitas por magreza		Satisfeitas	
Alimento	Frequência	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
Pão	1x/semana	3	15,0	1	14,3	1	33,3
	2-3x/semana	7	35,0	-	-	-	-
	4-6x/semana	9	45,0	5	71,4	2	66,7
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	1	5,0	1	14,3	-	-

Alimento	Frequência	Insatisfeitas por excesso		Insatisfeitas por magreza		Satisfeitas	
		(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Fruta	1x/semana	-	-	-	-	-	-
	2-3x/semana	5	25,0	-	-	2	66,7
	4-6x/semana	15	75,0	7	100,0	1	33,3
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	-	-	-	-	-	-
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Leguminosas	1x/semana	-	-	1	14,3	-	-
	2-3x/semana	5	25,0	1	14,3	-	-
	4-6x/semana	15	75,0	5	71,4	3	100,0
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	-	-	-	-	-	-
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Carne	1x/semana	-	-	-	-	-	-
	2-3x/semana	5	25,0	1	14,0	-	-
	4-6x/semana	14	70,0	6	85,7	3	100,0
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	-	-	-	-	-	-
	Não gosta	1	5,0	-	-	-	-
Verdura	1x/semana	1	5,0	-	-	-	-
	2-3x/semana	3	15,0	-	-	-	-
	4-6x/semana	16	80,0	7	100,0	3	100,0
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	-	-	-	-	-	-
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Frituras	1x/semana	4	5,0	2	28,6	-	-
	2-3x/semana	5	25,0	1	14,3	2	66,7
	4-6x/semana	1	5,0	-	-	-	-
	1x/mês	1	5,0	1	14,3	-	-
	2-3x/mês	4	20,0	-	-	-	-
	Raramente	5	25,0	2	28,6	-	-
	Não gosta	-	-	1	14,3	1	33,3
Salgados	1x/semana	4	20,0	1	14,3	2	66,7

Alimento	Frequência	Insatisfeitas por excesso		Insatisfeitas por magreza		Satisfeitas	
		(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
	2-3x/semana	3	15,0	3	42,9	-	-
	4-6x/semana	1	5,0	-	-	-	-
	1x/mês	1	5,0	-	-	-	-
	2-3x/mês	2	10,0	-	-	-	-
	Raramente	9	45,0	2	28,6	1	33,3
	Não gosta	-	-	1	14,3	-	-
Doces	1x/semana	6	30,0	2	28,6	1	33,3
	2-3x/semana	7	35,0	2	28,6	-	-
	4-6x/semana	4	20,0	3	42,9	1	33,3
	1x/mês	1	5,0	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	2	10,0	-	-	1	33,3
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Integrais	1x/semana	2	10,0	-	-	-	-
	2-3x/semana	7	35,0	1	14,3	1	33,3
	4-6x/semana	9	45,0	6	85,7	2	66,7
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	2	10,0	-	-	-	-
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Sucos	1x/semana	2	10,0	-	-	-	-
	2-3x/semana	7	35,0	1	14,3	2	66,7
	4-6x/semana	7	35,0	4	57,1	1	33,3
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	1	5,0	-	-	-	-
	Raramente	3	15,0	2	28,6	-	-
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Oleaginosas	1x/semana	2	10,0	3	42,9	1	33,3
	2-3x/semana	7	35,0	1	14,3	1	33,3
	4-6x/semana	4	20,0	3	42,9	1	33,3
	1x/mês	1	5,0	-	-	-	-
	2-3x/mês	2	10,0	-	-	-	-
	Raramente	2	10,0	-	-	-	-
	Não gosta	2	10,0	-	-	-	-
Enlatados	1x/semana	7	35,0	2	28,6	1	33,3

Alimento	Frequência	Insatisfeitas por excesso		Insatisfeitas por magreza		Satisfeitas	
		(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
	2-3x/semana	-	-	-	-	-	-
	4-6x/semana	-	-	-	-	-	-
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	1	5,0	-	-	-	-
	Raramente	10	50,0	4	57,1	2	66,7
	Não gosta	2	10,0	1	14,3	-	-
Embutidos	1x/semana	2	10,0	1	14,3	1	33,3
	2-3x/semana	5	25,0	1	14,3	-	-
	4-6x/semana	4	20,0	1	14,3	1	33,3
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	1	5,0	-	-	-	-
	Raramente	4	20,0	2	28,6	1	33,3
	Não gosta	4	20,0	2	28,6	-	-
Chocolate	1x/semana	10	50,0	1	14,3	-	-
	2-3x/semana	6	30,0	3	42,9	2	66,7
	4-6x/semana	1	5,0	2	28,6	-	-
	1x/mês	1	5,0	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	-	-	-	-
	Raramente	2	10,0	1	14,3	1	33,3
	Não gosta	-	-	-	-	-	-
Tubérculos	1x/semana	5	25,0	-	-	-	-
	2-3x/semana	9	45,0	2	28,6	2	66,7
	4-6x/semana	5	25,0	4	57,1	1	33,3
	1x/mês	-	-	-	-	-	-
	2-3x/mês	-	-	1	14,3	-	-
	Raramente	1	5,0	-	-	-	-
	Não gosta	-	-	-	-	-	-

Fonte: Dados do estudo.

5 DISCUSSÃO

No presente estudo ao que diz respeito à percepção da imagem corporal, observou-se que 90% (n=27) da amostra estavam insatisfeitas com a sua imagem corporal e somente 10,0% estavam satisfeitas com a mesma. O alto nível de insatisfação corporal evidenciado nesse trabalho corrobora com os achados na literatura atual, os quais revelam uma prevalência maior para a insatisfação de imagem corporal em mulheres, como os expostos abaixo.

Em um estudo apresentado por Silva e Baratto (2014), ao avaliarem mulheres praticantes de musculação, observaram que a predominância na insatisfação corporal se revelou presente. Para avaliação da percepção corporal foi utilizada a escala das nove silhuetas proposta por Stunkard e colaboradores (1983), também aplicada no presente estudo, dessa forma, o valor apresentado para a amostra insatisfeita foi de 95,4%.

Fica evidenciado nos resultados encontrados no presente estudo que as mulheres com insatisfação por excesso são superiores com 66,7% quando comparadas com as insatisfeitas por magreza que foi de 23,3% e apenas 10% estão satisfeitas com sua imagem corporal. Segundo Nunes et al. (2001), a insatisfação das mulheres acerca de seu peso e aparência pode ser explicada por algum tipo de padrão imposto pela sociedade e por influência cultural, a qual emprega um corpo magro, o que pode explicar o motivo das mulheres do atual estudo se sentirem insatisfeitas com sua imagem corporal por excesso.

Outro fator a ser destacado refere-se à pressão da mídia, sendo provável que esta possua uma forte influência na vida dessas mulheres. Alvarenga et al. (2010) avaliou a influência da mídia em 2.489 estudantes do sexo feminino, ele concluiu que a mídia é uma fonte de informação importante sobre aparência e que a mesma divulga ideais estéticos não realistas. Embora o estudo tenha sido num segmento populacional diferente, os resultados encontrados podem explicar as possíveis influências que levam as mulheres do presente estudo estarem insatisfeitas com sua imagem corporal.

Quanto ao consumo alimentar, o atual estudo mostra que as mulheres insatisfeitas por excesso, ou seja, as quais expressam o desejo de diminuir seu tamanho corporal, são as que apresentam um consumo alimentar relativamente diferente quando comparadas com as insatisfeitas por magreza e pelas satisfeitas.

Esse consumo pode ser justificado no sentido do desejo de alterar sua imagem corporal. Em relação ao consumo das insatisfeitas pela magreza e as satisfeitas, o mesmo se mostrou maior ao ser comparado com o consumo das insatisfeitas pelo excesso.

Um estudo que corrobora com esse achado é o de Araújo e Oliveira (2019), eles concluíram que existe uma associação entre a percepção da imagem corporal e o consumo alimentar e a ingestão nutricional e que o sexo dos indivíduos é uma importante variável quanto a essa associação. O autor também utilizou os mesmos instrumentos para avaliar a percepção da imagem corporal e o consumo alimentar, porém com uma amostra mista, tanto em indivíduos praticantes e não praticantes de musculação, como no sexo masculino e feminino.

6 CONCLUSÃO

O presente estudo demonstrou uma existente influência entre a percepção da imagem corporal e o consumo alimentar em um grupo de mulheres praticantes de musculação. Observou-se uma grande proporção na insatisfação da imagem corporal, principalmente pelo excesso, sendo que essas relatam um consumo menor, já as insatisfeitas por magreza e satisfeitas evidenciaram um maior consumo quando comparadas com as insatisfeitas por excesso.

O consumo alimentar encontrado pode estar relacionado ao objetivo de cada grupo, sendo menor ingestão para o grupo das insatisfeitas por excesso, que pode ser explicado por necessidade de déficit calórico para que haja o emagrecimento e maior ingestão para o grupo das insatisfeitas pela magreza ou satisfeitas, sendo que as insatisfeitas por magreza podem ter o desejo de aumentar seu tamanho corporal, por isso um maior consumo.

Entre as limitações desta pesquisa, a mesma não considerou a composição corporal da amostra, o seu estado nutricional (IMC) e a qualidade nutricional dos alimentos consumidos. Diante disso, sugere-se o desenvolvimento de novos estudos relacionados à temática, considerando os pontos anteriormente destacados e também o uso de outros questionários complementares, tamanhos amostrais ampliados e de diferentes idades, podendo haver uma comparação entre sexo e buscar relacionar com outro tipo de prática.

REFERÊNCIAS

- ADAM, B. O. et al. Conhecimento nutricional de praticantes de musculação de uma academia da cidade de São Paulo. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*. vol. 2, n. 2, p. 24-36, 2013.
- ADAMI, F. et al. Insatisfação Corporal e Atividade Física em Adolescentes da Região Continental de Florianópolis. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v. 24 n. 2, p. 143 – 149, 2008.
- ALVARENGA, M. S. et al. Influência da mídia em universitárias brasileiras de diferentes regiões. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 59, n. 2, p. 111-118, 2010. Disponível em: <http://www.producao.usp.br/handle/BDPI/12839> . Acesso em 10/nov.
- ALVES, D. et al. Cultura e imagem corporal. *Motricidade*, v. 5, n. 1, p. 1 – 20, 2009.
- ARAÚJO, A. C.; OLIVEIRA, A. (IN)Satisfação com a imagem corporal: associação com o consumo alimentar e a ingestão nutricional. *Acta Portuguesa de Nutrição*, v. 16, p. 18–24, 2019.
- ARRUDA, D. P. et al. Relação Entre Treinamento De Força E Redução Do Peso Corporal. *Revista Brasileira de Prescrição e Fisiologia do Exercício*, v. 4, n. 24, p. 605–609, 2010.
- BARROS, D. D.; Imagem corporal: a descoberta de si mesmo. *História, Ciências, Saúde*, Manguinhos, v. 12, n. 2, p 547 – 554. maio/ago. 2005.
- BUSSE, S. R. *Anorexia, bulimia e obesidade*. 1. ed. São Paulo: Manole, 2004.
- CASTILHO, S. M. *A imagem corporal*. 1. ed. Santo André: ESETec Editores Associados, 2001
- COHANE, G.; POPE Jr. H. G. *Body image in boys: a review of the literature*. *Int J. Eat Disord*, v. 29, p. 373-9, 2001.
- COIMBRA, C. M. B. Mídia e Produção de Modos de Existência. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v. 17, n. 1, p. 001– 004, jan/abr. 2001.
- DAMASCENO, V. O., et al. Imagem corporal e corpo ideal. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*, v. 14. n. 1, p. 87– 96, 2006.

- DINIZ, I. K. S.; RODRIGUES, H. A.; DARIDO, S. C. Os usos da mídia em aulas de Educação Física escolar: possibilidades e dificuldades. *Movimento*, Porto Alegre, v. 18, n. 03, p. 183 – 202, jul/set. 2012.
- FISCHER, R. M. B. Mídia e juventude: experiências do público e do privado na cultura. *Cadernos Cedes*, v. 25, n. 65, p. 43 – 58, jan/abr. 2005.
- FISCHER, R. M. B. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV *Educação e Pesquisa*, v. 28, n. 1, p. 151–162, jun. 2002.
- FREITAS, R. R.; CENI, G. C. Avaliação nutricional de praticantes de musculação em uma academia de Santa Maria - RS. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*. São Paulo, vol. 10, n. 59, p.485 – 496 2016.
- GIORDANI, R. C. F. A auto-imagem corporal na anorexia nervosa: uma abordagem sociológica. *Psicologia e Sociedade*. p. 81 – 88. mai/ago. 2006. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/3093/309326327011/> . Acesso em: 31 out. 2018.
- GOMES, P. B. M. B. Mídia, imaginário de consumo e educação. *Educação & Sociedade*, n. 74, p. 191– 207, abr. 2001.
- HANSEN, R.; VAZ, A. F. Treino, culto e embelezamento do corpo : um estudo em academias de ginástica e musculação. *Revista Brasileira de Ciência do Esporte*, v. 26, p. 135–152, 2004.
- JUNIOR, M. P.; JUNIOR, JUNIOR, W. C.; SILVEIRA, F. V. Percepção e distorção da auto imagem corporal em praticantes de exercício físico: A importância do exercício físico na imagem corporal. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, São Paulo, v. 7. n. 42, p.345-352. nov/dez. 2013.
- LABRE, M. A. M. P. Adolescents boys and the muscular male body ideal. *Journal of Adolescents Health*, v. 30, n. 4; p. 233-242, 2002.
- LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lucia Machado. 1. ed. São Paulo: Companhia Das Letras, 2007.
- LIZ, C. M.; ANDRADE, A. Análise qualitativa dos motivos de adesão e desistência da musculação em academias. *Revista Brasileira de Ciência do Esporte*, v. 38, p. 267 – 274. jul/set. 2016.

MACEDO, C. S. G.; GARAVELLO, J. J.; OKU, E. C.; MIYAGUSUKU, F. H.; AGNOLL, P. D.; NOCETTI, P. M. Benefícios do Exercício Físico para a Qualidade De Vida. *Revista Brasileira de Atividade Física; Saúde*, vol. 8, n. 2, p. 19-27, 2003.

MARQUES, N. F. et al. Consumo alimentar e conhecimento nutricional de praticantes de musculação do município de Itaqui-RS. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v.9, n.52, p. 288–297, 2015.

MARTINS, C. R. et al. Insatisfação com a imagem corporal e fatores associados em universitários. *Estudos de Psicologia (Natal)*, v. 17, n. 2, p. 241 – 246. mai/ago. 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2012000200007>. Acesso em: 03 nov.

MAGALHÃES, M. L.; BERNARDES, B. C. A.; TIENGO, A. A influência da blogueiras fitness no consumo alimentar da população. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*, v. 1, n. 2, p. 357–363, 2017.

NOVAES, J.S. *A estética: O corpo na academia*. 1. ed. Rio de Janeiro: Shape, 2001.

PHILIPPI, S. T. et al. Validação de Questionários de Frequência Alimentar - QFA : considerações metodológicas Validation of Food Frequency. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, v. 6, n. 3, p. 200–208, 2003.

OLIVEIRA, A. F. et al. Avaliação Nutricional De Praticantes De Musculação Com Objetivo De Hipertrofia Muscular Do Município De Cascavel – Paraná. *Colloquium Vitae*, v. 1, n. 1, p. 44–52, 2009.

POPE, H. G.; PHILLIPS. K. A; OLIVARDIA R. *O complexo de Adônis: a obsessão masculina pelo corpo*. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000. p. 48 – 91.

SANTAELLA, L. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

SILVA, S.S.; BARATTO, I. Análise da percepção, satisfação corporal e conhecimento nutricional entre mulheres praticantes de atividade física. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, São Paulo, v. 8, n.46, p. 238 – 246, 2014.

STICE, E.; BEARMAN. S. K. Body image and eating disturbances prospectively predict increases in depressive symptoms in adolescent girls: a growth curve analysis. *Developmental Psychology*, v. 37, n. 5, p. 597 – 607, 2001.

STUNKARD, A.J.; SORENSEN, T.; SCHLUSINGER, F. Use of the Danish adoption register for the study of obesity and thinness. *The genetics of neurological and psychiatric disorders*, New York, NY, p. 115-120, 1983.

TAVARES, M. C. G. C. F. *Imagem corporal: Conceito e desenvolvimento*. 1. ed. Barueri: Manole, 2003.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K. Métodos de Pesquisa em Atividade Física. Tradução de Denise Regina de Sales, Márcia dos Santos Dornelles. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2002. Título original: *Research methods in physical activity*.

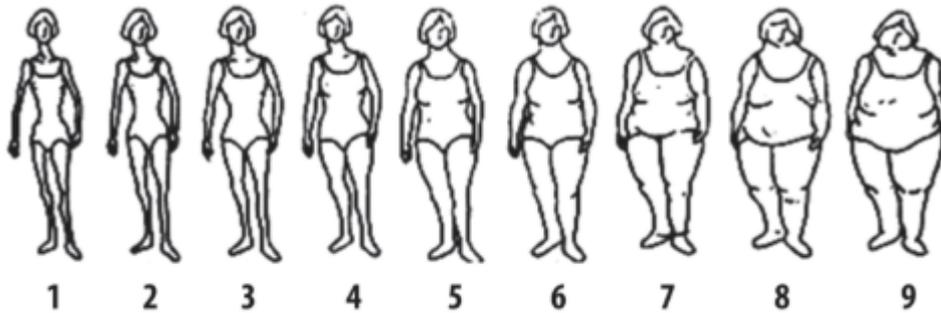
TRITSCHLER, K. *Medida e Avaliação em Educação Física e Esporte*. 5. ed. São Paulo: Manole, 2003.

MARQUES, N. F. et al. Consumo alimentar e conhecimento nutricional de praticantes de musculação do município de Itaqui-RS. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. v.9.n.52, p. 288–297, 2015.

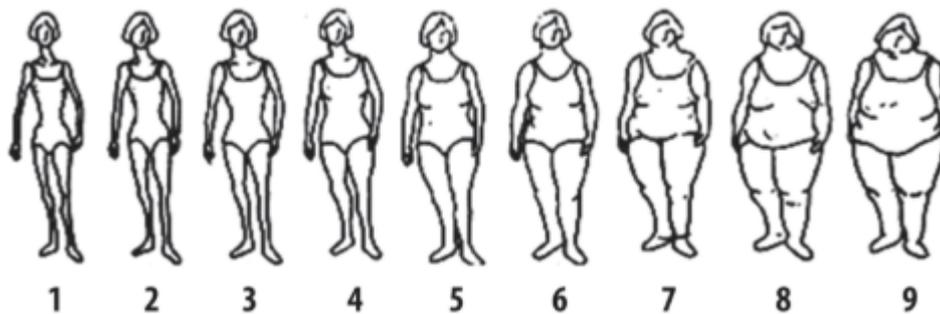
NUNES, M. A. et al. Influência da Percepção do Peso e do Índice de Massa Corporal nos Comportamentos Alimentares Anormais. *Revista Brasileira de Psiquiatria*. 2001;23 (1):21-27.

ANEXO A – Escala de Silhuetas de Stunkard, Sorenson e Schlusinger (1983)**Nome:****Data:**

1) Marque na figura abaixo o padrão de autoimagem que você se encontra:



2) Marque na figura abaixo a imagem que reflete como gostaria de ser:



Fonte: Escala de Silhuetas Stunkard, Sorenson e Schlusinger (1983).

ANEXO B – Questionário de Frequência Alimentar (QFA)

Nome:

Data:

Assinale com um X a frequência com que você consome os alimentos apresentados abaixo:

	Pão	Fruta	Leguminosas	Carne	Verdura	Frituras	Salgados	Doces
1x/semana								
2-3x/semana								
4-6x/semana								
1x/mês								
2-3x/mês								
raramente								
não gosta								

	Integrais	Sucos	Oleaginosas	Enlatados	Embutidos	Chocolate	Tubérculos
1x/semana							
2-3x/semana							
4-6x/semana							
1x/mês							
2-3x/mês							
raramente							
não gosta							

Fonte: Questionário de Frequência Alimentar adaptada de Oliveira et al. (2009).