



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

HERLANE CHAVES PAZ

BEM-ESTAR ALIMENTAR E SUPLEMENTO ALIMENTAR: COMPORTAMENTO DE
CONSUMO LIGADO À ATIVIDADE FÍSICA A LUZ DA TCR

JOÃO PESSOA

2021



HERLANE CHAVES PAZ

BEM-ESTAR ALIMENTAR E SUPLEMENTO ALIMENTAR: COMPORTAMENTO DE
CONSUMO LIGADO À ATIVIDADE FÍSICA A LUZ DA TCR

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Administração e Sociedade

Linha de Pesquisa: Marketing e Tecnologia

Orientadora: Prof^a Dra Rita de Cássia de Faria Pereira

JOÃO PESSOA

2021

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P348b Paz, Herlane Chaves.

Bem-estar alimentar e suplemento alimentar:
comportamento de consumo ligado à atividade física a
luz da TCR / Herlane Chaves Paz. - João Pessoa, 2021.
115 f. : il.

Orientação: Rita de Cássia de Faria Pereira.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA.

1. Suplemento alimentar. 2. Pesquisa transformativa do
consumidor. 3. Bem-estar alimentar subjetivo. 4.
Atividade física. I. Pereira, Rita de Cássia de Faria.
II. Título.

UFPB/BC

CDU 612.392.9

FOLHA DE APROVAÇÃO

HERLANE CHAVES PAZ

BEM-ESTAR ALIMENTAR E SUPLEMENTO ALIMENTAR: COMPORTAMENTO DE
CONSUMO LIGADO À ATIVIDADE FÍSICA A LUZ DA TCR

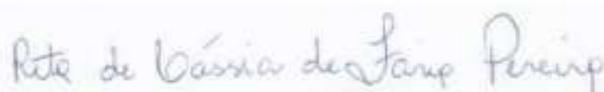
Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em
Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade
Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Administração e Sociedade

Linha de Pesquisa: Marketing e Tecnologia

Apresentado em: 26/02/2021

Banca examinadora:



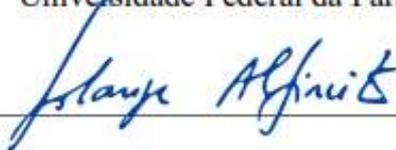
Profª Dra. Rita de Cássia de Faria Pereira (Orientadora)

Universidade Federal da Paraíba



Prof. Dr. Nelsio Rodrigues de Abreu (Examinador Interno)

Universidade Federal da Paraíba



Profª Dra. Solange Alfinito (Examinador Externo)

Universidade de Brasília - UNB

AGRADECIMENTOS

Na realização da presente dissertação, contei com o apoio direto ou indireto de múltiplas pessoas às quais estou profundamente grata. Correndo o risco de injustamente não mencionar algum dos contributos quero deixar expresso os meus agradecimentos:

Primeiramente a DEUS, por tudo que tenho realizado.

A orientadora desta dissertação a Prof^a Dra. Rita de Cássia de Faria Pereira, pela orientação prestada, pelo seu incentivo, disponibilidade e apoio que sempre demonstrou. Aqui lhe exprimo a minha gratidão.

Aos professores da Banca Dra. Solange Alfinito e Dr. Nelsio Rodrigues de Abreu pela disponibilidade e contribuições.

A minha família por todo o apoio, pela força e pelo carinho que sempre me prestaram ao longo de toda a minha vida académica, bem como à elaboração da presente dissertação na qual meus pais Erlando e Helena vieram de Teresina/PI passar um semestre em João Pessoa/PB. Especialmente ao meu esposo Dennes e meus filhos Igor e João Ícaro pelo incentivo.

Não poderia deixar de agradecer todos os amigos e colegas que de uma forma direta ou indireta, contribuíram, ou auxiliaram na elaboração do presente estudo, pela paciência, atenção e força que prestaram em momentos menos fáceis como Cynthia Pinheiro e Leonardo Ponzi e aos meus colegas do Mestrado em Administração, especialmente a Turma de Comportamento do Consumidor - Turma “Maravis” com destaque para os amigos Maura Maldonado e Eduardo Melo, cujo apoio e amizade estiveram presentes em todos os momentos.

RESUMO

Tendo em vista o crescente mercado de suplementos voltados para o bem-estar alimentar, e a mudança na alimentação alinhada à prática de atividade física, o presente trabalho teve o objetivo de caracterizar o comportamento alimentar e o bem-estar subjetivo dos indivíduos que consomem suplementos alimentares e praticam atividade física. O estudo contou com 256 participantes de todas as regiões do Brasil. Aplicou-se questionário on line do Google Forms com três escalas já validadas. Foi realizada uma análise quantitativa, a partir do método *survey*. Os resultados indicam a relação de consumo de suplementos alimentares entre os gêneros, com predominância feminina, as vitaminas/minerais são os suplementos mais consumidos e são indicados por nutricionistas como motivo para manter a saúde. O gênero feminino tem tendência a comportamento restritivo e emocional, como maior procura por suplementos proteicos e aminoácidos. Apontam ainda que o comportamento alimentar associados ao bem estar alimentar subjetivo dos participantes foi o bem-estar físico com tendência a comportamento emocional, avançando na teoria do bem-estar subjetivo ao incluir o consumo de suplementos. Conclui-se que consumidores solteiros, com maiores renda e escolaridade apresentam uma maior sensação de bem-estar por meio desses alimentos e do consumo de suplementos. Os consumidores casados mesmo com maiores renda e escolaridade apresentam um nível de bem-estar diminuído. Verifica-se a relevância prática deste trabalho, pois apresentam resultados às quais indicam caminho para redução do consumo de suplementos alimentares, contribuindo para sequência de estudos sobre suplementos alimentares e prática de atividade física. E traduzem ainda que as políticas públicas devem partir de uma premissa de conscientização e reeducação.

Palavras-chave: Pesquisa Transformativa do Consumidor. Bem-Estar Alimentar Subjetivo. Suplemento Alimentar. Atividade Física.

ABSTRACT

In view of the growing market for supplements aimed at food well-being, and the change in food in line with the practice of physical activity, the present study aimed to characterize the eating behavior and the subjective well-being of individuals who consume supplements. and practice physical activity. The study had 256 participants from all regions of Brazil. Google Forms online questionnaire was applied with three scales already validated. A quantitative analysis was carried out, using the survey method. The results indicate the consumption ratio of food supplements between genders, with a predominance of women, vitamins / minerals are the most consumed supplements and are indicated by nutritionists as a reason to maintain health. The female gender has a tendency towards restrictive and emotional behavior, such as greater demand for protein supplements and amino acids. They also point out that the eating behavior associated with the participants' subjective food well-being was physical well-being with a tendency to emotional behavior, advancing the theory of subjective well-being by including the consumption of supplements. It is concluded that single consumers, with higher income and education, have a greater sense of well-being through these foods and the consumption of supplements. Married consumers, even with higher income and education, have a reduced level of well-being. The practical relevance of this work is verified, as they present results that indicate a way to reduce the consumption of dietary supplements, contributing to the sequence of studies on dietary supplements and physical activity. And they also translate that public policies must start from a premise of awareness and re-education.

Keywords: Transformative Consumer Research. Subjective Food Well-being. Food Supplement. Physical activity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Compromissos da TCR.....	21
Figura 2 – Diretrizes da TCR.....	23
Figura 3 – Representação do Bem-estar alimentar	27
Figura 4 – Níveis e dimensões da alfabetização alimentar	30
Figura 6 – Desenho da Pesquisa	43
Figura 7 – Relação de comportamentos.....	59

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Compromissos e papel da Pesquisa Transformativa do Consumidor.....	21
Quadro 2 – Diretrizes e o papel da Pesquisa Transformativa do Consumidor.....	23
Quadro 3 - Dimensões do bem-estar.....	32
Quadro 4 - Fixação de Ident./Qualidade de Alimentos praticantes de Atividade Física.....	37
Quadro 5 – Aporte Teórico.....	41
Quadro 6 – Objetivos e questionários	46
Quadro 7 – Pesquisa Transformativa x Processos adotados na pesquisa	47
Quadro 8 - Papel da TCR X Papel da pesquisa com TCR.....	75
Quadro 9 – Objetivos, achados e ações da pesquisa.....	90

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – Perfil da amostra	44
Tabela 2 - Número de filhos	52
Tabela 3 – Reside em João Pessoa.....	52
Tabela 4 – Habitação	52
Tabela 5 – Peso e IMC.....	53
Tabela 6 – Perfil do Estado Nutricional.....	53
Tabela 7 – Consumo de suplementos	54
Tabela 8 – Tipos de Suplementos alimentares mais citados.....	55
Tabela 9 – Frequência e horas de atividade física	56
Tabela 10 – Práticas de atividade física mais citadas	57
Tabela 11 – Local de compra, motivo e indicação de suplementos alimentares	57
Tabela 12 – Consumo de suplementos alimentares por gênero	58
Tabela 13 – Comparações de pares comportamento	59
Tabela 14 – Valores da média, desvio padrão, assimetria e achatamento das variáveis dependentes de comportamento alimentar.....	60
Tabela 15 – IMC e avaliação do Questionário Holandês de Comportamento Alimentar	61
Tabela 16 – Perfil do comportamento alimentar	61
Tabela 17 – Média dos 31 itens do questionário de bem-estar alimentar	62
Tabela 18 – Valores da média e mediana do Bem-estar alimentar subjetivo	65
Tabela 19 – Bem-estar alimentar em comparação com comportamento alimentar.....	66
Tabela 20 – Estatísticas descritivas dos Clusters	66
Tabela 21 – Cluster por gênero e renda	71

LISTA DE SIGLAS

ABIA - Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação

ABIAD - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres

AFC - Consumo Alternativo de Alimentos

ACR - *Association for Consumer Research*

ANVISA- Agência Nacional de Vigilância Sanitária

BES- Bem-estar subjetivo

FDA - *Food and Drug Administration*

FWB - *Food Wellbeing*

NCL - *Consumidoras Nacionais League*

S.A. - Suplementos Alimentares

SBME - Sociedade Brasileira de Medicina do Esporte

SM – Salário Mínimo

TCP – Teoria do Comportamento Planejado

TCR - *Transformative Consumer Research*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 Objetivo geral	17
1.2 Objetivos específicos	17
1.3 Justificativa	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1 PESQUISA TRANSFORMATIVA DO CONSUMIDOR.....	20
2.2 BEM-ESTAR ALIMENTAR	27
2.3 CONSUMO E COMPORTAMENTO ALIMENTAR.....	34
2.4 SUPLEMENTOS E PRÁTICAS DE ATIVIDADE FÍSICA.....	36
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	43
3.1 DESENHO DA PESQUISA	43
3.2 SUJEITOS DA PESQUISA.....	44
3.3 COLETA DE DADOS.....	45
3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS.....	49
3.5 PROCEDIMENTOS ÉTICOS	49
4 ANÁLISES DOS RESULTADOS	50
4.1 TRATAMENTO DOS DADOS E TESTE DE NORMALIDADE.....	50
4.2 ANÁLISES DAS VARIÁVEIS SÓCIODEMOGRÁFICAS	50
4.3 ANÁLISES DOS CONSTRUTOS	54
4.3.1 Consumo de suplementos alimentares	54
4.3.2 Comportamento alimentar.....	59
4.3.3 Bem-estar alimentar subjetivo	62
4.4 ANÁLISES ADICIONAIS	66
4.5 REFLEXÕES SOBRE A TCR.....	73
5 DISCUSSÃO.....	79
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
6.1 Síntese da pesquisa	90
6.2 Considerações finais	95
6.3 Implicações teóricas e práticas	98
6.4 Limitações.....	100
REFERÊNCIAS.....	98
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA	108
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO ESCLARECIDO-TECLE	115
APÊNDICE C – CHARGES CONSUMO DE SUPLEMENTOS	116

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o mercado de suplementos alimentares apresentou um crescimento no Brasil, e nosso país é um dos maiores mercados da América Latina, no mercado global é o terceiro maior mercado, perdendo apenas para os Estados Unidos e Austrália (BRASNUTRI, 2019). Segundo a pesquisa de mercado “Hábitos de consumo de suplementos alimentares no Brasil”, realizada em 2020 pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres – ABIAD, houve um crescimento de 10% em relação a mesma pesquisa em 2015 e os suplementos estão presentes em 59% dos lares brasileiros, apontando que 90% consomem suplementos como complemento à alimentação e 85% consomem estes produtos em busca de bem-estar (ABIAD, 2021).

Esse aumento de vendas de suplementos alimentares pela população pode ser por inúmeras as razões, dentre elas a falta de uma legislação específica para os produtos, já que não havia regulamentação específica para a categoria até o ano de 2018 e sim diferentes normas que regulam os mais variados setores separadamente através da Portaria nº 222, de 24 de março de 1998 (ANVISA, 2017). Acrescenta-se o fato de as indústrias lançarem constantemente no mercado produtos ditos ergo gênicos prometendo efeitos imediatos e eficazes. Paralelo a isso, alguns profissionais de educação física vêm estimulando o uso do suplemento com o intuito de melhorar a performance de seus alunos (SANTOS; SANTOS, 2002).

Também percebeu-se que o aumento na renda da população e o aumento no interesse em cuidar da saúde e do bem-estar físico têm feito o Brasil ser o segundo em número de academias de ginásticas no mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos (CREF20, 2018). O Brasil também cresceu no ciclismo, *stand up paddle*, *cross-fit*, artes marciais, entre outros (NUTRIBRANDS, 2019), assim como a prática de atividade física no tempo livre, que aumentou 25,7% de 2009 a 2018 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2019).

Por tudo isso, percebeu-se que com o passar dos anos a Portaria nº 222, de 24 de março de 1998, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde (ANVISA, 1998) já não atendia de forma específica o mercado de suplementação alimentar com consumo crescente no Brasil. Após três reuniões em 2017, a categorização de suplementos alimentar foi criada em 2018 com a Instrução Normativa IN 28/2018 que estabeleceu as listas de constituintes, de limites, alegações e rotulagem de Suplementos Alimentares (ANVISA, 2017, 2018, 2019). Mesmo com mudanças na legislação percebeu-se o crescimento do consumo de suplementos alimentares e aumento das práticas de Atividade Físicas (AF), diante disso, em 2020 foi

aprovada a instrução Normativa IN 76/2020 que dispões sobre a atualização da lista de constituintes, limites, alegações e rotulagem na busca de tentar conter o consumo desenfreado (ANVISA, 2020).

Ao falar de bem estar-alimentar, buscou-se entender os pressupostos da abordagem de Block *et al.* (2011), Bublitz *et al.* (2013) e Ares *et al.* (2016) que enfatizaram uma estrutura com inúmeras possibilidades para promoção e melhorias do bem-estar alimentar (*Food Wellbeing* -FWB), definido como um relacionamento psicológico, físico, emocional e social positivo com a comida, tanto no nível individual quanto na sociedade. Block *et al.* (2011) sugeriram um novo arcabouço para reflexões sobre alimentos, exigindo uma mudança além do paradigma “alimento como saúde”, focando na nutrição. Para Bublitz *et al.* (2013), os objetivos do consumidor afetam as percepções do FWB, bem como as estratégias que os consumidores adotam para avançar no FWB. Além disso, a capacidade do consumidor de determinar seu próprio nível de FWB (ou seja, sua avaliação subjetiva de seu próprio relacionamento com os alimentos) podem não estar alinhada com medidas mais objetivas de saúde e bem-estar. Ares *et al.* (2016) observaram que há um consenso sobre o fato de que o bem-estar é o resultado de um estado somático, que envolve fatores relacionados à saúde física, estados emocionais, apoio social, espiritual e estímulos intelectuais.

Pensando no bem-estar da sociedade e no seu comportamento alimentar por meio dos estilos de ingestão alimentar, procurou-se entender o consumo de suplementos nos praticantes de atividade física, a frequência, motivo de uso e a indicação. Para isso, primeiramente buscou-se o conceito de suplementos alimentares (S.A.) que segundo a Nota Técnica da Associação Brasileira de Alimentação e Nutrição são produtos constituídos por substâncias como vitaminas, minerais, fibras, proteínas, aminoácidos, ácidos graxos (como o ômega 3), ervas e extratos, probióticos, bem como outras substâncias, incluindo aminoácidos, enzimas, carotenoides, fitoesteróis, entre outras. Já segundo o Conselho Federal de Nutrição, suplementos alimentares (S.A.) ou suplementos nutricionais (S.N.) são formulados de vitaminas, minerais, proteínas e aminoácidos, lipídios e ácidos graxos, carboidratos e fibras, isolados ou associados entre si (Resolução do Conselho Federal de Nutrição - CFN nº 600/2018). E por fim, a Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição (2019) informa que os suplementos alimentares são produtos que tem por função complementar a alimentação de indivíduos saudáveis, portanto, ao contrário de um medicamento, o suplemento não tem por objetivo a cura ou o tratamento de doenças.

Vários estudos sobre uso indiscriminado e sem orientação adequada foram observados no Brasil, a exemplo da pesquisa de Costa (2012), que avaliou praticantes de atividade física

de uma academia do município de São Bento do Una - PE, e constatou que apenas 12% dos alunos buscaram orientação nutricional, e a maioria 88% buscaram outro tipo de orientação. O estudo de Morosini e Koenhlein (2019) corrobora com estes dados quando constataram que o uso de suplementos alimentar era frequente por praticantes de musculação, sem prescrição e sem as devidas informações por parte dos profissionais habilitados como nutricionistas e médicos.

Não apenas no Brasil, como em outros países, verificou-se estudos que chamam atenção para os riscos associados ao consumo de substâncias ergogênicas como suplementos alimentares (SAMAL e SAMAL, 2018). Por exemplo, os suplementos nutricionais à base de aminoácidos e proteínas, quando consumidos sem orientação médica, podem causar sobrecarga hepática e renal ao indivíduo sendo um problema para a população (LAWRENCE; KIRBY, 2002). O Plano de Ação Global da Organização Mundial de Saúde- OMS sobre atividade física destaca o binômio “dieta e atividade física” para a manutenção do estado de bem-estar. A ingestão nutricional adequada é necessária para o esporte e pode ser alcançada com uma dieta bem ajustada, sem a adição de suplementos alimentares artificiais (ALONZO *et al.*, 2019).

Ainda de acordo com a Organização Mundial da Saúde e a Organização para a Alimentação e Agricultura das Nações Unidas afirmaram que políticas de apoio levam a mudanças nos padrões de dieta e estilo de vida, e que são cruciais para reduzir os fatores de risco como atividades físicas regulares (WHO, 2015a, b, 2017). Justificando, portanto, a importância do nosso estudo sobre bem-estar alimentar e consumo de suplementos alimentares em praticantes de atividade física alinhadas a luz da TCR para ajudar em políticas de apoio e redução de usos indevidos de consumo de S.A.

Entende-se que a comida tem sido relatada com aspecto importante e específico da vida que afeta o bem-estar do sujeito (GRUNERT *et al.* 2007). E o bem-estar alimentar é um *continuum* que nos permite reconhecer que mesmo pequenos avanços podem impactar positivamente o bem-estar do consumidor e levar a mudanças mais ambiciosas, à medida que a confiança do consumidor em sua capacidade de implementar mudanças aumenta (BUBLITZ, 2011). Dessa forma, compreender a relação do consumidor com sua alimentação torna-se essencial à medida que o bem-estar alimentar desponta como conceito que integra diferenciadas nuances de forma a oportunizar aos indivíduos analisar o impacto de mudanças no estilo de vida e hábitos alimentares (BLOCK *et al.*, 2011). Por isso, Ares *et al.* (2016) destacaram que o bem-estar subjetivo associado ao contexto dos alimentos exerce influência nas escolhas dos consumidores. E com isso, os autores construíram uma estrutura de pesquisa baseada no “*wellbeing of food*” e enfatizaram as contribuições positivas e holísticas que os alimentos

poderiam dar ao bem-estar do consumidor (ARES *et al.* (2016).

Para essa compreensão e para entender o bem-estar alimentar dos indivíduos, precisou-se analisar o bem-estar alimentar e o comportamento do consumidor, comparando seus estilos de ingestão alimentar (restritiva, emocional e externa) e levantou-se o consumo de suplementos, oportunizado atualmente pelos avanços do consumo de suplementos alimentares, muitas vezes de forma indiscriminada e sem a orientação médica devida. Portanto, os argumentos relacionados aos malefícios do uso indiscriminado de suplementos alimentares e as contribuições da TCR para equilibrar e ajudar no sistema sugerem alguns questionamentos: Como embasar políticas públicas e campanhas governamentais conforme a TCR? Qual é a relação das pessoas com a FWB quando experimentam suplementos alimentares?

Seguindo a perspectiva do consumo alimentar voltado à melhoria da qualidade de vida, tendências que têm se destacado com a gradativa ampliação da prática de esportes, a busca por qualidade de vida e uma alimentação saudável, a pergunta que norteará essa pesquisa é: **como se caracteriza o comportamento alimentar e bem-estar alimentar subjetivo dos indivíduos que consomem suplementos alimentares e praticam atividade física.**

Dessa maneira este estudo foi realizado a partir dos fundamentos do movimento da Pesquisa Transformativa do Consumidor, considerando o bem-estar alimentar, comportamento alimentar, consumo de suplementos alimentares e a prática de atividade física. Nesta perspectiva, procurou-se incentivar a mudança comportamental dos praticantes de atividade física que consomem suplementos alimentares, conhecendo o seu consumo de suplementos alimentares pela escala de Siqueira (2009) e seu comportamento alimentar por meio dos estilos de ingestão alimentar (restritiva, emocional e externa), através da aplicação do Questionário Holandês de Comportamento Alimentar - QHCA de Viana e Sinde (2003).

Em busca de entender o bem-estar alimentar, usou-se a escala de mensuração do bem-estar subjetivo de Ares *et al.* (2016), composta por seis dimensões: o bem-estar geral, o bem-estar físico, bem-estar intelectual, bem-estar emocional, bem-estar social e o bem-estar espiritual para compreender as dimensões associadas ao bem-estar alimentar. Nesse sentido, compreender sobre os aspectos do bem-estar alimentar pode ser importante para qualidade de vida (ARES, DE SALDAMANDO, GIMÉNEZ E DELIZA, 2014).

1.1 Objetivo Geral

Caracterizar o comportamento alimentar e o bem-estar alimentar subjetivo dos indivíduos que consomem suplementos alimentares e praticam atividade física.

1.2 Objetivos Específicos

- Levantar o consumo de suplementos alimentares dos praticantes de atividade física.
- Comparar os estilos de ingestão alimentar (restritiva, emocional e externa).
- Analisar as dimensões associadas ao bem-estar alimentar com uso de suplementos conforme Ares *et al.* (2016).
- Refletir a luz do movimento da Pesquisa Transformativa do Consumidor as contribuições para o bem-estar alimentar dos praticantes de atividade física.

1.3 Justificativa

O presente estudo possui justificativa acadêmica e social para o seu desenvolvimento. Nesse sentido, discutiu-se inicialmente o interesse da pesquisa, a contribuição teórica do estudo e, em seguida, a justificativa prática.

O interesse em estudar o bem estar-alimentar a luz do movimento da TCR, partiu da importância da qualidade da alimentação para o bem-estar do indivíduo, e que tanto a atividade física (AF) quanto a dieta balanceada são importantes contribuintes para a saúde e o bem-estar. Apesar da abundância de alimentos no mercado, muitas pessoas não comem uma variedade de alimentos que proporcionariam níveis adequados de ingestão de nutrientes (YAN *et al.*, 2016). Com isso, observou-se um aumento do consumo de suplementos alimentares sem orientação adequada no Brasil, impactando assim na qualidade de vida da população.

No Brasil, a maior prevalência de consumo dos SA foi em Belo Horizonte (90,8%), seguido por Vitória (70%), Cascavel (66%) e Curitiba (50,61%), e os produtos mais consumidos foram: proteínas, aminoácidos e creatinas (NOGUEIRA; SOUZA; BRITO, 2013). A suplementação alimentar deve ser indicada quando o organismo necessita de complementação na alimentação, porém é feita frequentemente sem necessidade, conforme observado nos estudos de Almeida *et al.* (2009), Costa (2012) e Cardoso *et al.* (2017), em que os participantes declararam fazer uso de algum suplemento alimentar.

Partindo para a relevância teórica do estudo, e levando em conta a crescente preocupação dos indivíduos em relação à alimentação saudável, a prática de esportes, bem como a preocupação com a qualidade de vida, seguiu-se a linha de Bublitz *et al.* (2011) e Ares *et al.* (2016) sobre bem-estar alimentar do consumidor, por ser um campo com ampla atuação de pesquisa dentro da Pesquisa Transformativa do Consumidor, que parte de uma tendência global entre os pesquisadores e instituições que querem não só publicar seu trabalho, mas também avaliar o benefício da sociedade (DAVIS; OZANNE, 2019) e principalmente pelo nosso interesse em analisar as dimensões associadas ao bem estar alimentar na compra de suplementos alimentares a linha de Ares *et al.* (2016), caminhos ainda pouco explorados.

Nas pesquisas precedentes, esse fato não foi explorado diretamente, uma vez que, nos últimos anos, várias propostas de estudos buscaram investigar questões ligadas ao uso de suplementos alimentares, o perfil dos usuários e motivação para uso de SA, ou, ainda, debruçaram-se sobre conhecimento e consumo de suplementos, questões nutricionais, e contextos sociodemográficos, em vez de compreender os comportamentos alimentares e as

dimensões associados ao bem estar alimentar subjetivo na compra de suplementos (ALMEIDA *et al.*, 2009; ALBUQUERQUE, 2012; COSTA, 2012; FRADE *et al.* 2016; OLIVEIRA, NOVAIS e SILVA, 2018). Portanto, essa lacuna evidencia uma possibilidade de investigação.

Outra justificativa do estudo é sua relevância prática para área de marketing (bem-estar alimentar), área da saúde (uso de suplementos) e da educação física (práticas de atividade física), pois pode embasar ações de marketing macrossocial, as políticas públicas e outras iniciativas que venham diminuir o consumo de produtos indesejáveis e promover produtos desejáveis (LEFEBVRE, KOTLER, 2011; KENNEDY, 2016).

Partindo das considerações apontadas anteriormente, a perspectiva prática desse estudo se direciona para ajudar na redução do consumo de suplementos alimentares partindo da análise do bem estar-alimentar dos indivíduos que consomem estes produtos e praticam atividade física, à luz da TCR. Isto posto, para efeito de operacionalização da pesquisa, entendeu-se que é necessário compreender o comportamento e o consumo de suplementos alimentares dos praticantes de atividade física e refletir como a Pesquisa Transformativa do Consumidor pode contribuir para o bem-estar alimentar em praticantes de atividade física. A relevância prática seguirá o pensamento de Davis, Ozanne e Hill (2016), de que nossos resultados empíricos darão algumas orientações sobre como contribuir para melhoria do bem-estar do consumidor.

No que diz respeito à justificativa social do estudo, esta pesquisa pode ajudar a desmistificar e elucidar as atitudes inadequadas quanto ao uso de suplementos alimentares por praticantes de atividade física. Além de ajudar os formuladores de políticas direta e materialmente a construir políticas no contexto do consumo, saúde e práticas de atividade física para gerenciar mudanças sociais em torno da comunidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse capítulo são apresentados os recortes temáticos que servirão de base para a pesquisa, com o objetivo de desenvolver uma discussão sobre como se caracteriza o comportamento e o bem-estar alimentar dos indivíduos que consomem suplementos alimentares e praticam alguma atividade física, além de desenvolver fundamentos para coleta, análise e interpretação de dados. E as temáticas encontram-se divididas em quatro partes: pesquisa transformativa do consumidor, bem-estar alimentar, consumo e comportamento alimentar e por fim, suplementos alimentares e pratica de atividade física.

2.1 PESQUISA TRANSFORMATIVA DO CONSUMIDOR

A Pesquisa Transformativa do Consumidor (*Transformative Consumer Research -TCR*) constitui um movimento fundado por pesquisadores da *Association for Consumer Research (ACR)* que se dedica a compreender o comportamento de consumo das pessoas com vistas para o bem-estar individual e coletivo, apoiando e divulgando pesquisas que beneficiam a qualidade de vida de todos os seres envolvidos ou afetados pelas tendências de consumo e práticas em todo o mundo. Também é definida como uma pesquisa acadêmica baseada em teoria que examina os problemas e oportunidades individuais e em grupo relacionada ao consumo, com objetivo de melhorar o bem-estar do consumidor, ou seja, se esforçam para respeitar, sustentar e melhorar a vida em relação às inúmeras condições, demandas, potencialidades e efeitos do consumo (MICK, 2006, MICK *et al.*, 2012).

A ACR começou em 1969 e se tornou uma das maiores organizações internacionais de estudiosos treinados que se concentram no comportamento do consumidor. Vários de seus fundadores perceberam a missão, centrando-se nos problemas dos consumidores. Em resposta ao crescimento do consumo global, ações de governos e organizações não governamentais surgiram para apoiar os consumidores, as sociedades. Como exemplo de esforços governamentais temos a *Food and Drug Administration (FDA)*, a mais antiga agência abrangente de proteção ao consumidor do governo federal dos EUA, que em 1906 aprovou a Lei de Alimentos e Drogas Puras, proibiu o comércio interestadual de alimentos e medicamentos adulterados e de má qualidade (MICK *et al.*, 2012). Já entre as organizações não governamentais mais antigas estão as *National Consumers League (NCL)*, fundada nos Estados Unidos em 1899, que tem buscado ao longo dos anos proteger os trabalhadores nas suas

condições de emprego e salvaguardar os consumidores em termos de uso do produto (MICK *et al.*, 2012).

Fundada dentro da ACR, a TCR se esforça para incentivar, apoiar e divulgar pesquisa que beneficia a qualidade de vida de todos os seres envolvidos ou afetados pelas tendências de consumo e práticas em todo o mundo. Com isso, a TCR é pautada em seis qualidades definidoras do compromisso do TCR segundo Mick *et al.* (2012), conforme Figura 1.

Figura 1 – Compromissos da TCR



Fonte: Mick *et al.* (2012 p. 6)

Apresentados na obra de *Transformative Consumer Research for Personal and Collective Well-Being*, publicada em 2012 pelos pesquisadores Mick *et al.*, e seus compromissos e seu papel na orientação se destacam conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Compromissos e papel da Pesquisa Transformativa do Consumidor

Compromissos do TCR	Qual o papel?
Promoção do Bem-estar:	Tem o objetivo de melhorar a o bem-estar, que é um estado de florescimento que envolve saúde, felicidade e prosperidade, ou seja, busca melhorar o bem-estar enquanto maximiza a justiça social e a alocação justa de oportunidades e recursos.
Disseminação da TCR e incentivo à diversidade de paradigmas:	A TCR tem função unificadora e reconhece, acolhe e endossa a pluralidade de teorias, métodos, níveis de análises e paradigmas

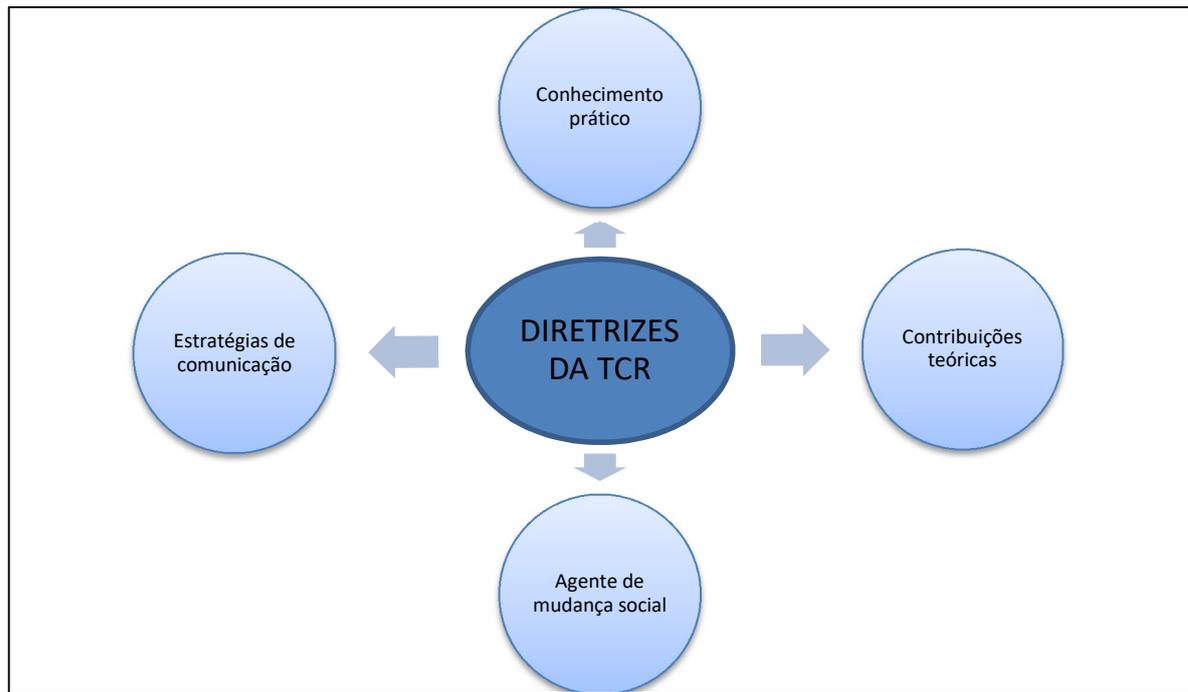
	necessários para entender e influenciar positivamente o bem-estar, não favorece paradigma, teoria ou método em detrimento de outros.
Emprego de teorias e métodos rigorosos:	O rigor e a relevância podem andar de mãos dadas e podem fornecer insights sobre o consumidor cotidiano, comportamento e bem-estar, enquanto métodos sólidos levam a conclusões mais fidedignas mais aprofundadas e confiáveis para compreensão do comportamento do consumo e otimização do bem-estar.
Destaque de contextos socioculturais e situacionais:	A TCR procura trabalhar nos problemas percebidos pelos consumidores e procura aprender e desenvolver soluções dentro das condições proximais em que o consumo e o bem-estar são mutuamente influentes, ou seja, possibilita soluções para a promoção do bem-estar e consumo. Os fatores físicos e ambientais, ambientes familiares e sociais e outras dimensões situacionais são elementares para o bem-estar e o consumo.
Parceria entre consumidores e pesquisadores:	A TCR traz um novo papel do pesquisador do consumidor como apoiador, defensor e desenvolve-se proximidade com o consumidor, e buscam insights diretos sobre os comportamentos do consumidor que podem potencialmente tornar a vida mais saudável, mais segura e mais gratificante.
Divulgação dos resultados:	A TCR tem o objetivo de compartilhar suas ideias com consumidores, formuladores de políticas ou qualquer outra pessoa que possa se beneficiar do aprendizado e do uso dos resultados da pesquisa de forma compreensível e efetiva, buscando benefícios decorrentes do bem-estar.

Fonte: Adaptado de Mick *et al.* (2012)

Conforme os compromissos citados fica evidente que a condução de pesquisas sob a perspectiva da TCR é um desafio para os pesquisadores de marketing, uma vez que contraria diversos aspectos dos estudos tradicionais da disciplina. O compromisso com bem-estar é fundamental para a sociedade, e dentro desse compromisso, o estudo do comportamento, bem-estar alimentar e consumo de suplementos em praticantes de atividade física é primordial, portanto, está incluído nos objetivos desta pesquisa, e a TCR pode contribuir para mudança de comportamento alimentar e de consumo de suplementos.

Esse bem-estar alimentar foi proposto durante a segunda Conferência de Pesquisa Transformativa do Consumidor (TCR), em 2009, na qual os pesquisadores propuseram uma mudança de paradigma do “modelo normativo paternalista e atual da relação entre comida e saúde” para um foco em Bem-Estar Alimentar (BLOCK *et al.*, 2011, p. 5). Eles definiram a FWB como “um relacionamento psicológico, físico, emocional e social positivo com a comida, tanto no nível individual quanto na sociedade” (BLOCK *et al.*, 2011, p. 6).

Ainda de acordo com Mick *et al.* (2012), à luz dessas qualidades e compromissos já citados, foram articuladas quatro diretrizes para condução da Pesquisa Transformativa do Consumidor (Figura 2).

Figura 2 – Diretrizes da TCR

Fonte: Mick *et al.* (2012, p. 9)

Para Mick *et al.* (2012), as quatro diretrizes juntas representam a fé e a esperança no desenvolvimento da TCR conforme resumido no Quadro 2.

Quadro 2 – Diretrizes e o papel da Pesquisa Transformativa do Consumidor

Diretrizes	Qual o papel?
Conhecimento Prático	Busca a aplicação da razão para aprimoramento da sabedoria prática que inclui conhecimento, compreensão, o desejo e o esforço de ver a real necessidade de ajudar e resolver problemas de forma prática.
Contribuições Teóricas	Precisam olhar para além do problema substantivo que eles estão abordando e reconceitualizar o problema em um nível mais abstrat.
Agentes de Mudança Social	Devem seguir cinco direções como a pesquisa reveladora, pesquisa de política, pesquisa participativa, pesquisa de coalizão e pesquisa incendiária. Essas abordagens devem se ligar a diferentes agentes de mudança.
Estratégias Alternativas de Comunicação	Devem atingir públicos de consumidores de acordo com sua necessidade e interesse e identificar múltiplos canais de informação e atrair a atenção dos consumidores em meio a inúmeras outras mordidas como jornais, programas de notícias e atualidades, revistas de estilo de vida e até mesmo linhas de história em programas de TV.

Fonte: Adaptado de Mick *et al.* (2012)

Após análise das diretrizes e do papel da Pesquisa Transformativa do consumidor já citados, o nosso papel no conhecimento prático é tentar mudar o comportamento dos consumidores de SA quanto ao uso indevido. Quanto agentes de mudança fizemos parcerias

com nutricionistas para ajudar na busca de soluções e recomendações sobre o uso adequado de AS ou uma qualidade melhor de alimentação. Já as estratégias alternativas de comunicação foram a divulgação de resultados para os consumidores que desejarem receber o retorno da pesquisa e divulgação em mídias de grande circulação por meio de charge feitas por parceria com um desenhista cearense em canais como Facebook e Instagram.

A terceira Conferência Bienal da TCR, realizada Universidade de Baylor, em junho de 2011, incentivou pesquisadores de consumo de todo o mundo para abordar algumas das questões sociais e econômicas mais urgentes do mundo. Esses pesquisadores discutiram com rigor conceitual nove áreas substantivas: dependência; alimento para o pensamento; métodos de pesquisa inovadores; materialismo; juventude, risco e consumo; mercados multiculturais; pobreza mercados e subsistência; produtos sustentáveis; e pesquisa de serviços transformadores (DAVIS; PECHMANN, 2013).

Davis e Pechmann (2013) resumiram as contribuições dos artigos pós-conferência sobre essas nove áreas que aparecem na edição especial e destacaram a importância de realizar pesquisas com consumidores para obter teoricamente ligados os resultados que ofereçam soluções práticas para sérios problemas humanos conforme descrições:

- a) **Métodos de pesquisa inovadores:** propõe abordagens mais adaptadas para pesquisas transformadoras dos consumidores, incluindo identificação de problemas e formação de equipes de pesquisa, amostragem e recrutamento de participantes, técnicas de coleta de dados, processos analíticos e tradução e disseminação da pesquisa.
- b) **Materialismo:** enfatiza que o materialismo inclui comprar e usar, que envolve produtos, serviços e experiências, e que consiste em consumo simbólico que pode fortalecer o “eu” e, assim, ter aspectos positivos.
- c) **Mercados multiculturais:** mostra como uma teoria tradicional da marca que não foi conectada ao TCR pode ser reorientada para abordar o bem-estar do consumidor. A estrutura também identifica três tipos de marcas de base cultural e fazem previsões sobre seus prováveis efeitos na identidade e no bem-estar do consumidor em cada mercado que são: (1) ignorância ou ingenuidade da marca sobre dicas culturais relevantes para o grupo não dominante, (2) tolerância da marca ou incorporação de algumas dicas culturais, e (3) envolvimento da marca ou incorporação de várias dicas culturais um anúncio para envolver todos os grupos.

- d) **Mercados de Pobreza e Subsistência:** introduz uma nova estrutura para aliviar a pobreza, um tópico até então sem abordagem formal do comportamento do consumidor. Identificou dois conceitos fundamentais para a compreensão da pobreza: privação de sentidos e poder sentido. Descreve a privação sentida quando os consumidores pobres não conseguem cumprir todas as necessidades básicas de consumo e sobre como os consumidores pobres resistem individual e coletivamente ao poder para diminuir a privação sentida.
- e) **Pesquisa de Serviços Transformadores:** neste tema os autores propõem uma estrutura para examinar os serviços de nível micro e macro e como eles interagem com os consumidores e influenciam o consumidor a empregar o bem-estar. O documento destaca que o bem-estar depende da prestação e do design de serviços, da implementação de políticas e da afetação das estruturas setoriais, para que consumidores e entidades de serviços possam se beneficiar.
- f) **Alimento para o pensamento:** os autores se basearam no artigo anterior da conferência do TCR sobre o bem-estar alimentar, e na relação positiva com a comida (BLOCK *et al.*, 2011b). A premissa desses pesquisadores é que os consumidores geralmente podem se beneficiar em melhorar o bem-estar dos alimentos, mas a preparação dos consumidores para isso depende da conscientização dos objetivos dos alimentos, da motivação para mudar e da disponibilidade para mudar.
- g) **Vício:** para este tema, o vício começa com três fases pré-vício: não uso, uso não viciante e uso quase viciante. O autor discute como fatores ambientais e sugestões de marketing podem facilitar ou impedir a fase de dependência.
- h) **Consumo Sustentável:** este tema identifica uma teoria que pode apoiar melhor pesquisas futuras sobre consumidores e consumo sustentável.
- i) **Juventude e Consumo Arriscado:** neste tema, os autores propõem uma abordagem participativa para entender a juventude e o consumo arriscado, incluindo as vozes da própria juventude no processo de pesquisa. Também cita muitos campos de pesquisa como: biológicos, políticos (legal e sociocultural); novos métodos de pesquisa e intervenções e legislações inovadoras que visam reduzir comportamentos juvenis altamente arriscados.

Percebe-se que essas nove áreas de pesquisa resumidas por Davis e Pechmann (2013), são fundamentais, e o estudo do alimento para o pensamento é importante para nossa pesquisa,

para que os resultados ofereçam soluções práticas para os sérios problemas humanos de como se sentem em relação ao consumo de alimentos como maçã, bolo de chocolate e *Whey protein*.

Já Batat *et al.* (2016), em linha com a quinta conferência da TCR, realizada na Universidade Villanova, EUA, em 2015, buscaram trabalhar em “sistema alternativo de “alimentação” exploraram os significados por trás do consumo alternativo de alimentos (AFC) e discutiram o papel da ideologia e das estruturas ante e pós-estruturalistas na definição dos significados da AFC. Ao fazer isso, os autores esperavam contribuir para o desenvolvimento de uma compreensão abrangente do consumo "alternativo" aplicado aos comportamentos alimentares e, finalmente, seu impacto no bem-estar individual e coletivo (BATAT *et al.*, 2016). Visto pelas lentes de ser pré estrutural, a ênfase da AFC é colocada na palavra alternativa, no consumo projetado para significar resistência à ordem social, o objetivo principal do consumidor é não participar das convenções convencionais e, como consequência disso, eles constroem uma identidade fora de seu grupo sociocultural dominante. Já nas lentes de ser pós-estrutural o indivíduo aspira adotar uma identidade dentro das estruturas normativas do grupo alternativo, podendo simbolizar uma aspiração por coesão social, ou seja, não resistência (BATAT *et al.*, 2016).

Ao trabalhar a inter-relação entre bem-estar e consumo alimentar, Block *et al.* (2011) propuseram, alinhados à perspectiva da *Transformative Consumer Research* (TCR), o conceito de bem-estar alimentar (*Food Well Being*) definido como “a relação psicológica, física, emocional e social positiva com alimentos nos níveis individual e social” (p. 6). Para Ares *et al.* (2014), o bem-estar é um conceito mais holístico, o qual vai além da saúde física, sendo um resultado somático, dos fatores relacionados à saúde física, estados emocionais, apoio social, espiritual e estímulos intelectuais (ARES *et al.*, 2016). Portanto, a contribuições da Pesquisa Transformativa do Consumidor - TCR como movimento acadêmico veio para melhorar o bem-estar e seu impacto na sociedade visando mudanças positivas através de solução de problemas no mundo real (DAVIS, OZANNE, 2019).

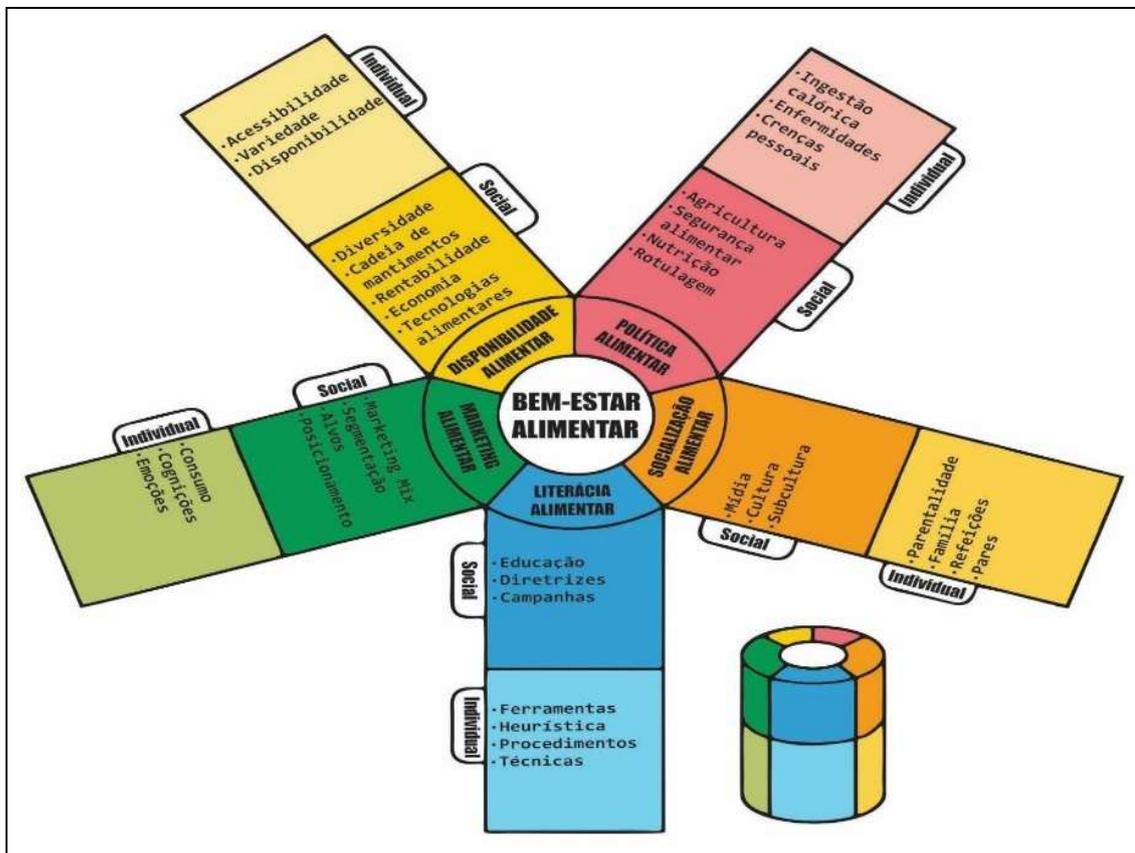
Por tudo isso, percebemos que com o objetivo de melhorar a vida da sociedade, a TCR juntamente com os estudos sobre bem-estar alimentar subjetivo e comportamento alimentar no consumo de suplementos alimentares em praticantes e atividade física, podem ajudar aos consumidores e os formuladores de políticas direta e materialmente a construir políticas no contexto do consumo, bem-estar alimentar, da saúde e da prática de atividade física.

2.2 BEM-ESTAR ALIMENTAR

De acordo com Block *et al.* (2011), o bem-estar alimentar (*Food Wellbeing- FWB*), é definido como um relacionamento psicológico, físico, emocional e social positivo com a comida tanto no nível individual como na sociedade, sendo influenciado por fatores culturais, ambientais e legais que governam as atitudes e comportamentos alimentares das pessoas.

A Figura 3 retrata o modelo de bem-estar alimentar proposto por Block *et al.* (2011), com suas dimensões, subdivididas em potenciais direcionadores, em ambos os níveis.

Figura 3 – Representação do Bem-estar alimentar



Fonte: Block *et al.* (2011, p. 6)

As dimensões do modelo de bem-estar alimentar proposto por Block *et al.* (2011) são:

- Socialização Alimentar:** processos que os consumidores usam para aprender sobre alimentos, seu papel e o bem estar alimentar no campo cultural de uma pessoa, podendo ocorrer por meio explícito ou implícitos.
- Literácia Alimentar:** é mais que conhecimento sobre alimentação e nutrição, pois envolve motivação para aplicar informações nutricionais. Existem três

componentes principais: conhecimento conceitual; conhecimento processual e capacidade, oportunidade e motivação para aplicar e usar esse conhecimento.

- c) **Marketing Alimentar:** analisa os fatores que influenciam não apenas a quantidade de alimentos consumidos, como também as cognições e emoções associadas à comida. E os 4Ps de Marketing (produto, promoção, praça, preço) influenciam as atitudes e comportamentos não só para problemas de consumos como também para soluções dos consumidores em relação aos alimentos.
- d) **Disponibilidade Alimentar:** envolve como a distribuição e disponibilidade de alimentos influencia o consumo.
- e) **Política Alimentar:** compreende os vários tipos de políticas relacionadas aos sistemas alimentares como políticas de segurança alimentar e política nutricional.

Posteriormente, Bublitz *et al.* (2013) propuseram as cinco áreas principais que influenciam a forma como os consumidores se relacionam com a comida: fatores sociais, questões econômicas, literacia alimentar, conhecimento emocional e características físicas e psicológicas.

- a) **Fatores sociais:** ao medir o estado atual da FWB e seus determinantes, os pesquisadores precisarão avaliar as influências culturais, sociais e familiares nos padrões de consumo de alimentos.
- b) **Questões econômicas:** uma medida do FWB deve avaliar o acesso de um indivíduo a alimentos frescos em sua comunidade, bem como sua capacidade de arcar com os custos de incorporar uma variedade saudável de alimentos em sua dieta regular.
- c) **Literacia alimentar:** a literacia alimentar varia de tipos declarativos de conhecimento (por exemplo, saber o que são aspargos e que tipos de nutrientes os aspargos podem fornecer) a conhecimento processual (por exemplo, como cozinhar esse vegetal).
- d) **Conhecimento emocional:** procura entender as influências emocionais como parte da avaliação da FWB e fornece ferramentas para ajudar os consumidores a gerenciar suas emoções de maneira a facilitar decisões saudáveis que podem acelerar o progresso ao longo do *continuum* da FWB.
- e) **Traços físicos e psicológicos:** sugere o que devem ser incluídas na pesquisa, medidas demográficas tradicionais (por exemplo, idade e educação), indicadores de saúde (por exemplo, índice de massa corporal - IMC, condições médicas da

família, histórico de dieta e hábitos alimentares atuais). Assim como devem ser incluídas medidas de traços psicológicos adicionais que influenciam os comportamentos de consumo alimentar, medidas de necessidade de cognição, impulsividade e nível de autocontrole também podem ser críticas para entender como os consumidores se relacionam com os alimentos.

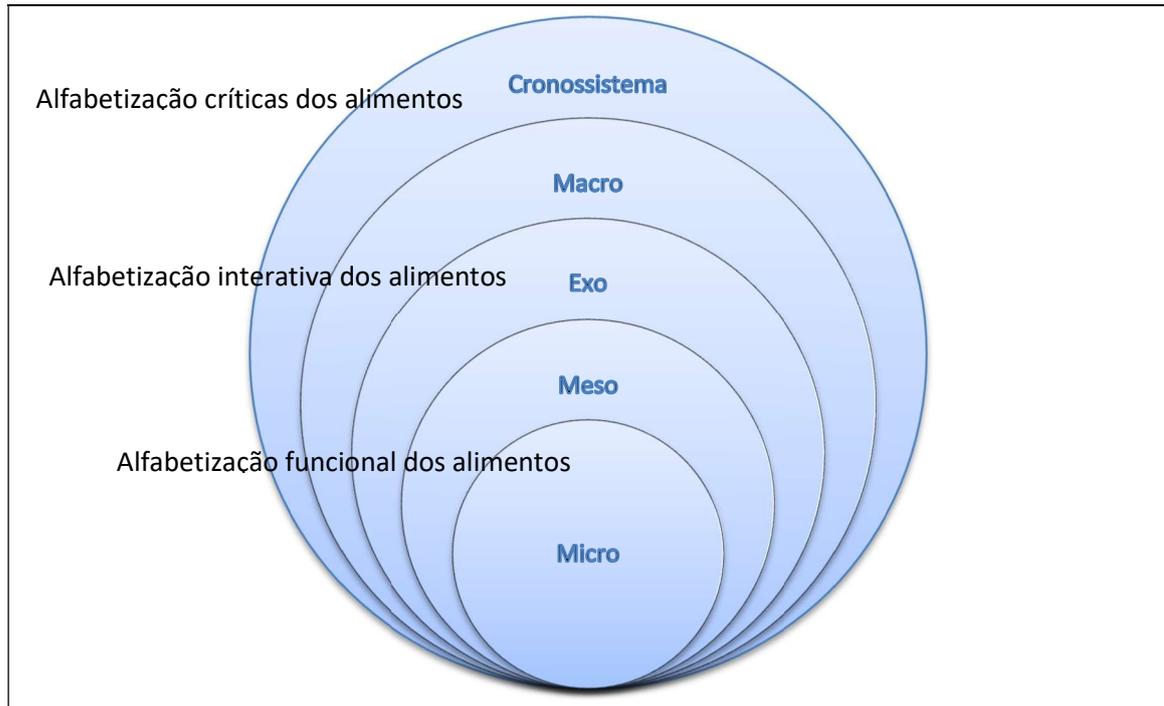
Os autores classificaram os objetivos do consumidor relacionados à alimentação em objetivos funcionais, simbólicos e hedônicos. O *objetivo funcional* faz com que os consumidores examinem o consumo de alimentos enquanto se esforçam para melhorar a saúde ou reduzir o risco à saúde. Já o *objetivo simbólico* leva os consumidores a nutrirem relacionamentos sociais com a alimentação como as relações familiares em muitas culturas de rituais nas refeições ou quando os consumidores usam comportamentos alimentares para se adequarem às normas sociais. Já os *objetivos hedônicos* representam a experiência sensorial de comer (BUBLITZ *et al.*, 2013).

O bem-estar alimentar é visualizado como um *continuum*, que nos permite reconhecer que mesmo pequenos avanços podem impactar positivamente o bem-estar do consumidor e levar a mudanças mais ambiciosas, à medida que a confiança do consumidor em sua capacidade de implementar mudanças aumenta. Por isso, as cinco dimensões do relacionamento de um indivíduo com os alimentos possibilita um ponto de partida no *continuum* do FWB (BUBLITZ *et al.*, 2013).

Ainda segundo Bublitz *et al.* (2013), também devem ser incluídas nesta avaliação medidas de traços psicológicos que influenciam os comportamentos de consumo alimentar. Medidas de necessidade de cognição, impulsividade e nível de autocontrole também podem ser críticas para entender como os consumidores se relacionam com os alimentos. Dada essa influência psicológica, torna-se importante compreender as dimensões associadas ao bem-estar alimentar relacionado a compra de suplementos alimentares.

Diante disso, percebeu-se a importância de estudar dados como peso e altura na pesquisa para encontrar o IMC e comparar o comportamento alimentar e suas influências no estado nutricional dos consumidores de suplementos alimentares e praticantes de atividade física.

Para entender os comportamentos alimentares e, seu impacto no bem-estar individual e coletivo, Batat *et al.* (2016) sugeriram níveis e dimensões de alfabetização a fim de superar barreiras funcionais de acessibilidade (Figura 4).

Figura 4 - Níveis e dimensões da alfabetização alimentar

Fonte: Batat *et al.*, (2016, p. 7)

Alfabetização funcional dos alimentos, relacionada aos níveis micro e meso, é a capacidade de obter informações nutricionais precisas e desenvolver uma compreensão dos fatores que podem melhorar ou restringir a boa saúde. No nível micro, o foco está no indivíduo e sua interação com os alimentos, no nível meso (interação com a família, colegas e professores), a alfabetização funcional dos alimentos inclui dois tipos de conhecimento sobre alimentos: declarativos e processuais (DICKSON-SPILLMANN, *et al.*, 2011).

Alfabetização interativa dos alimentos refere-se à dimensão social das atividades alimentares realizadas no nível exo (instituições, mídia e produtores) e/ou macro ambiente (cultura global, crenças dominantes e ideologias). Nesta etapa de alfabetização os consumidores interagem com instituições e com outros atores do mercado dentro de um sistema exo-macro definido por valores, normas e crenças (BATAT *et al.*, 2016).

Alfabetização crítica dos alimentos examina a capacidade dos indivíduos de serem críticos em relação a suas próprias práticas e ao interagir com seu ambiente social e cultural (mídia, cultura, sociedade, tecnologia e ideologia) nos níveis macro e crono (BATAT *et al.*, 2016).

Portanto, o estudo sobre alfabetização para o bem-estar alimentar segundo Batat *et al.*, (2016) busca entender a capacidade do indivíduo em organizar sua alimentação com

responsabilidade, com conhecimento sobre alimentos, com satisfação com a vida relacionada alimentação e alegria relacionadas no nível micro, meso, exo, macro e crono.

Nos últimos tempos, o bem estar subjetivo - BES, também considerado a avaliação subjetiva da qualidade de vida, tem crescido muito por ter uma ampla categoria de fenômenos que inclui as respostas emocionais das pessoas, domínios de satisfação e os julgamentos globais de satisfação de vida (GIACOMONI, 2004). E levando em conta a crescente preocupação dos indivíduos em relação à alimentação saudável, a prática de esportes, bem como a preocupação com a qualidade de vida, surge o interesse em analisar as dimensões de bem-estar alimentar segundo Ares *et. al* (2016) relacionada à alimentação e suplementos alimentares em praticantes de atividade física e consumidores de suplementos alimentares.

O bem-estar subjetivo – BES é como nos sentimos quanto a satisfação, ou seja, é uma avaliação da nossa satisfação com a vida. As principais correntes teóricas de bem-estar são a do bem-estar psicológico (RYFF, 1989) e do bem-estar subjetivo (DIENER; LUCAS, 1999). Uma das principais diferenças entre elas é como elas analisam a felicidade. Na perspectiva do *bem-estar psicológico* a visão *eudaimônica* da felicidade é predominante; a ênfase se dirige a sentimentos de expressividade pessoal e auto realização. Na perspectiva do *bem-estar subjetivo*, predomina a visão *hedonista* da felicidade. Três dimensões conceituam o bem-estar: afeto positivo, afeto negativo e satisfação com a vida. (RYFF, 1989; DIENER; LUCAS, 1999). Nesse sentido, o bem-estar é composto por quatro componentes principais como: emoções agradáveis, emoções negativas, julgamentos globais da vida e satisfação com domínios específicos (DIENER *et al.*, 2003; ARES *et al.*, 2014).

Segundo Guillemin *et al.* (2016), não existe uma definição padrão para bem-estar. Entretanto, existe um consenso de que o bem-estar é um conceito multidimensional e complexo, associado aos estágios psicológicos e somáticos que envolvem aspectos físicos, emocionais, sociais, espirituais e intelectuais (ARES *et al.*, 2015; GUILLEMIN *et al.*, 2016).

Ao enfatizar a natureza subjetiva do bem-estar, Diener *et al.* (2003) sugerem que o bem-estar se refere a uma avaliação subjetiva de como as pessoas percebem suas próprias vidas de diferentes perspectivas. Para Ares *et al.* (2014), o bem-estar é um conceito mais holístico, o qual vai além da saúde física. Portanto, o bem-estar é o resultado de um estado somático, envolvendo fatores relacionados à saúde física, estados emocionais, apoio social, espiritual e estímulos intelectuais (ARES *et al.*, 2016).

O trabalho de Ares *et al.*, (2016) foi realizado com 1.332 participantes em sete países em quatro continentes: Brasil, China, França, Portugal, Espanha, Uruguai e EUA, e teve como objetivo investigar diferenças transculturais em percepção do bem-estar vinculados a

conceitos de nove produtos alimentícios (maçã, carne, cerveja, brócolis, bolo de chocolate, café, peixe, Batatas fritas e leite). Os produtos foram selecionados entre os alimentos mencionados com mais frequência pelos consumidores, sendo a lista composta por alimentos considerados positivos e negativos para o bem-estar (ARES *et al.*, 2015).

No Brasil o estudo de Ares *et al.*, (2016) foi realizado no Rio de Janeiro, onde um pesquisador realizou o teste pessoalmente para verificar se os consumidores respondiam às perguntas uma de cada vez na ordem especificada, pois as perguntas eram apresentadas em folhas separadas e os consumidores eram instruídos a preencher cada pergunta por vez, sem navegar por todo o questionário. (ARES *et al.*, 2014). Como resultado, os alimentos com maior relevância às dimensões foram legumes, grãos e cereais, dando mais relevância a dimensão da saúde física em comparação com a dimensão psicológica e social, também destacaram influência negativa para refrigerantes e doce quanto a dimensão bem-estar (ARES *et al.*, 2015). Com isso, percebe-se a importância dada a saúde física e a procura por alimentos mais saudáveis na busca do bem-estar, pois conforme Guillemin *et al.* (2016), os alimentos são importantes para prevenção de doenças crônicas e a saúde dos indivíduos.

Considerando que o bem-estar é composto por cinco dimensões conforme Ares *et al.* (2016) no Quadro 3 buscaremos entender o que é cada dimensão.

Quadro 3 – Dimensões do bem-estar

Dimensão	O que é?
Geral	É bom para o bem-estar e faz se sentir bem.
Física	Visto como expectativa de uma boa saúde física, nutritivo, saudável, saciado, com controle de peso e em forma com energia.
Intelectual	Associado a melhora do desempenho mental e da memória, mantém alerta, ajuda na concentração e a se manter alerta.
Emocional	Associado a sentir calmo, relaxado, com prazer, animado, satisfeito e feliz, assim como se sentir triste e culpado.
Social	Compartilhar com a família, com amigos, se conectar com outras pessoas. Busca entender o que as pessoas pensam dos outros e o seu sentimento de apoio dos outros.
Espiritual	É a busca de um ideal, de sentimento de gratidão, de se sentir mais perto da natureza, na busca de paz interior e pra alma.

Fonte: Adaptado de Ares *et al.*, (2016)

Pensando nessas seis dimensões e em como os consumidores de suplementos alimentares e praticantes de atividade física se sentem em relação a maçã, bolo de chocolate e *Whey protein*, saberemos a importância dada a saúde dos participantes de acordo com a escolha desses alimentos na busca do bem-estar alimentar.

Nas pesquisas de Ares *et al.* (2016), o bolo de chocolate e a carne bovina foram associados positivamente aos aspectos hedônicos e emocionais do bem-estar, também

considerados os produtos mais adequados para compartilhar com a família e amigos juntamente com o café. A maçã, brócolis e peixe apresentaram as maiores pontuações médias nos itens relacionados à saúde física. Portanto, as escolhas alimentares são determinadas por vários fatores como biológicos, económicos, sociais e culturais, familiares, psicológicos e emocionais, e pelo prazer associado a eles (VIANA, SANTOS, GUIMARÃES, 2008).

Alinhado a Ares *et al.* (2016), Verga, Silva e Alfinito (2020), ao analisar 639 participantes de todas as regiões do Brasil, verificou a intenção de compra de alimentos orgânicos com a inclusão do bem-estar subjetivo como dimensão adicional da Teoria do Comportamento Planejado (TCP). O estudo de Verga, Silva e Alfinito (2020), concluiu que os indivíduos apresentavam atitudes positivas e, conseqüentemente, mais intenção em comprar alimentos orgânicos. Portanto, o bem-estar subjetivo tem uma forte relação positiva e significativa com a atitudes dos consumidores de alimentos orgânicos. Já com relação a normas subjetivas o estudo constatou que a capacidade do bem-estar influencia questões sociais. E quanto ao controle percebido o estudo identificou que o consumidor tem controle da situação, sendo o bem-estar subjetivo um preditor de comportamento de intenção de compra de produtos orgânicos (VERGA, SILVA e ALFINITO, 2020).

Por isso, as evidências da associação entre o bem-estar alimentar e a saúde física, e os aspectos emocionais e hedônicos dos indivíduos, apontam que os alimentos têm um significado simbólico, estético, social e moral e afetam a apreciação da vida dos consumidores por meio de sua influência no humor e nas emoções, bem como no julgamento global da vida e nas relações sociais (ARES *et al.* 2014; 2015; 2016). Assim como os fatores sociais, questões econômicas, literacia alimentar, conhecimento emocional e características físicas e psicológicas sugeridas por Bublitz *et al.* (2013) também influenciam a forma como os consumidores se relacionam com a comida e as propostas por Ares *et al.* (2016) nos praticantes de atividade física e consumidores de suplementos alimentares.

2.3 COMPORTAMENTO E CONSUMO ALIMENTAR

Ao falar de comportamento alimentar, um dos conceitos mais utilizados é o de Diez Garcia (1994) que são procedimentos relacionados às práticas alimentares de grupos humanos (o que se come, quanto, como, quando, onde e com quem se come; a seleção de alimentos e os aspectos referentes ao preparo da comida) associados a atributos socioculturais. Com isso, percebe-se que os diferentes aspectos socioculturais influenciam os hábitos e padrões do consumo alimentar e estão relacionados ao perfil nutricional do indivíduo (SILVA; PAIS-

RIBEIRO; CARDOSO, 2008; KOSTER, 2009). Já percebidos por Oliveira e Thébaud-Mony (1997) com a busca de uma abordagem multidisciplinar que avaliou aspectos econômicos, sociais, culturais e nutricionais da alimentação em diferentes contextos socioeconômicos.

Percebe-se que nas práticas alimentares, as representações sociais ligadas à alimentação vão além da relação homem enquanto ser biológico e têm relação com aspectos psíquicos e culturais, e envolvem procedimentos relacionados, por exemplo, à preparação do alimento ao seu consumo propriamente dito, a subjetividade que inclui a identidade cultural, a condição social, a religião, a memória familiar, à época, que vivenciam esta experiência diária (DIEZ GARCIA, 1994). Portanto, escolher uma alimentação saudável não depende apenas do acesso à informação nutricional adequada, envolve emoções e sentimentos, diversidade sociocultural alimentar, a oferta de alimentos.

Devido a isso, o Ministério da Saúde desenvolveu um instrumento de orientação para alimentação saudável, Guia Alimentar para a População Brasileira, que aborda a alimentação saudável através de diversos aspectos além do ato de consumir. Pois, a alimentação saudável baseia-se no consumo de alimentos variados, de uma dieta equilibrada de acordo com as necessidades nutricionais individuais e de forma que esteja em harmonia com o meio cultural e social ao qual o indivíduo está inserido (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014).

Dada a importância de uma alimentação saudável, dos fatores comportamentais e o bem-estar dos praticantes de atividade física, buscaremos investigar os estilos alimentares. O conceito de estilo alimentar implica a categorização do comportamento alimentar (VIANA E SINDE, 2003). Diante disso, e a partir das teorias da externalidade, da teoria da psicossomática e teoria da restrição, definiremos os estilos alimentares.

A teoria da externalidade ao considerar o processo de ingestão determinado por fatores extrínsecos aos alimentos como o aroma, o gosto e o estímulo visual, e a influência dos pais e das pessoas do seu universo sociocultural desde a infância. A teoria psicossomática valoriza a contribuição dos fatores emocionais. E a teoria da restrição que defende que os indivíduos restritivos são pressionados por fatores sociais, (VIANA, SANTOS, GUIMARÃES, 2008; VIANA *et al.*, 2009).

Os estilos alimentares podem ser entendidos a partir da *ingestão emocional* nas quais as emoções podem determinar as escolhas e preferências alimentares e os alimentos associam-se ao contexto emocional em que habitualmente são consumidos, da *ingestão externa*, no qual os estímulos ambientais associados aos alimentos, como o aroma, a aparência e o sabor também influenciam as escolhas alimentares e, por fim, da *ingestão restritiva* na qual a restrição alimentar implica um controle cognitivo, consciente, do apetite, em desacordo com as

necessidades da pessoa, para levar, geralmente, à diminuição do peso corporal, pelo balanço energético negativo (VIANA; SANTOS; GUIMARÃES, 2008; VIANA *et al.*, 2009; MOTTA; MOTTA; CAMPOS, 2011).

Esses estilos de ingestão foram percebidos nas pesquisas de Magalhães (2011); Magalhães e Motta (2012) ao avaliarem o estilo alimentar em estudantes de Nutrição (ingressantes e concluintes) que predominou a ingestão determinada por fatores externos, com escores mais altos entre os ingressantes, com tendência crescente à ingestão restritiva, bem como à emocional, na medida em que aumentava o índice de massa corporal - IMC, entre as concluintes do curso de nutrição. Percebe-se portanto, evidências da associação entre o bem-estar alimentar e a saúde física, e os aspectos emocionais e hedônicos dos indivíduos, assim como os fatores sociais, questões econômicas, literacia alimentar, conhecimento emocional e características físicas e psicológicas sugeridas por Bublitz *et al.* (2013), que influenciam a forma como os consumidores se relacionam com a comida. Portanto, os alimentos têm um significado simbólico, estético, social e moral e afetam a apreciação da vida dos consumidores por meio de sua influência no humor e nas emoções, bem como no julgamento global da vida e nas relações sociais (ARES *et al.* 2014; 2015; 2016).

Na busca de entender os estilos alimentares, os estudos de French *et al.* (1999) concluíram que as pessoas não obesas com comportamento de fazer dieta, possuem baixa ingestão de alimentos energéticos e alta ingestão de alimentos ricos em gordura, como doces, carnes, batata frita e refrigerantes, atrelada à intensa atividade física, comparadas as pessoas que não têm o comportamento de controlarem a comida. Para entender as enfermidades advindas do excessos ou das deficiências de nutrientes, é necessário se observar além das abordagens técnico-científicas sobre o valor nutricional dos alimentos, é preciso observar a diversidade sociocultural alimentar, dentre outros aspectos (FREITAS; MINAYO; FONTES, 2011). Com isso, as experiências alimentares geraram pressupostos e proporcionam reflexões sobre os problemas relacionados às intervenções nutricionais (DIEZ GARCIA, 2011).

Alguns aspectos influenciam a adesão de um paciente a uma prescrição dietética e, portanto, devem ser analisados para adotar um padrão desejável de comportamento alimentar, sendo importante entender as questões de adesão e motivação de indivíduos que procuram mudança comportamental em programas de dietas (ASSIS e NAHAS 1999). Percebe-se portanto, que a prática de dietas em desacordo com as necessidades da pessoa, para levar, geralmente, à diminuição do peso corporal, podem levar a uma ingestão restritiva (VIANA; SANTOS; GUIMARÃES, 2008; VIANA *et al.*, 2009; MOTTA; MOTTA; CAMPOS, 2011). Com o objetivo de aumentar o poder de abordagens críticas que buscam mudanças sociais, e

contextualizar as subjetividades das experiências pessoais vividas de indivíduos obesos com comida, a pesquisa de Cronin *et al.* (2014) mostrou que comportamentos alimentares conducentes ao ganho de peso estão enredados nas biografias dos participantes e nas experiências cotidianas, nas arenas de identidade, meio ambiente e corpo.

Alguns estudos têm demonstrado a insatisfação com corpo e este tem contribuído para comportamento alimentar restritivo, ou seja, existe uma relação entre imagem corporal e inadequação nutricional e é mais prevalente entre estudantes e profissionais de áreas como nutrição e educação física e praticantes de esportes (COQUEIRO *et al.*, 2008; QUADROS *et al.*, 2010). Portanto, as emoções podem determinar as escolhas e preferências alimentares gerando assim um estilo de comportamento alimentar por ingestão emocional (VIANA *et al.*, 2009).

Diante disso estudar o comportamento alimentar e o bem-estar alimentar dos consumidores de suplementos alimentares e praticantes de atividade física torna-se essencial para junto com a TCR buscar mudanças de comportamento e melhoria na qualidade de vida dos praticantes e atividade física.

2.4 SUPLEMENTOS E PRÁTICAS DE ATIVIDADE FÍSICA

Suplementos alimentares (SA) ou Suplementos nutricionais (SN) são formulados de vitaminas, minerais, proteínas e aminoácidos, lipídios e ácidos graxos, carboidratos e fibras, isolados ou associados entre si (Resolução do Conselho Federal de Nutrição - CFN nº 600/2018). De acordo com Williams (2004), os suplementos alimentares são definidos como substâncias adicionadas à dieta principalmente: vitaminas, minerais, ervas e botânicos, aminoácidos, metabólicos, constituintes, extratos ou combinações de qualquer desses ingredientes. Por atividade física entende-se todas as formas de movimentação corporal, incluindo exercícios físico e esportes, deslocamentos, as atividades laborais, atividades domésticas, e outras atividades físicas no lazer. É importante destacar que a atividade física do ser humano tem características e determinante de ordem biológica, cultural, demográfica e ambiental, igualmente significativas nas escolhas e nos benefícios derivados desse comportamento (NAHAS; BARROS; FRANCALACCI, 2000). Alguns autores preferem classificar suplementos de acordo com o propósito pelo qual são comercializados: repositores energéticos, *fat burners*, anticatabólicos etc (FOOD AND DRUG ADMINISTRATION, 1994; ANVISA 1998).

No Brasil, a Portaria n° 222, de 24 de março de 1998, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde (ANVISA, 1998), que aprovou o “Regulamento Técnico Para Fixação de Identidade e Qualidade de Alimentos para Praticantes de Atividade Física”, estabelece que os alimentos para praticantes de atividade física devem ser designados conforme a seguinte classificação: repositores hidroeletrólíticos, repositores energéticos, alimentos proteicos para atletas, alimentos compensadores para praticantes de atividade física, aminoácidos de cadeia ramificada para atletas e outros alimentos com fins específicos para praticantes de atividade física, detalhados no Quadro 4.

Quadro 4 – Fixação de Identidade e Qualidade de Alimentos para Praticantes de Atividade Física

Classificação	Conceito
Repositores hidroeletrólíticos	São produtos destinados a praticantes de atividade física, formulados a partir de concentração variada de eletrólitos, associada a concentrações variadas de carboidratos, com o objetivo de reposição hídrica e eletrolítica decorrente da prática de atividade física.
Repositores energéticos	São produtos destinados a atletas, formulados com nutrientes que permitam o alcance e ou a manutenção do nível apropriado de energia.
Alimentos proteicos para atletas	São produtos que devem ter predominância de proteína(s), hidrolisada(s) ou não, em sua composição; formulados com o intuito de aumentar a ingestão deste(s) nutriente(s) ou complementar a dieta de atletas, cujas necessidades proteicas não estejam sendo supridas pelas fontes alimentares habituais.
Alimentos compensadores para praticantes de atividade física	São produtos formulados de forma variada para serem utilizados na adequação de nutrientes da dieta de praticantes de atividade física.
Aminoácidos de cadeia ramificada para atletas	São produtos formulados a partir de concentrações variadas de aminoácidos de cadeia ramificada, com objetivo de fornecimento de energia para atletas.
Outros alimentos com fins específicos para praticantes de atividade física	São produtos formulados de forma variada com finalidades metabólicas específicas, decorrentes da prática de atividade física.

Fonte: Anvisa (1998)

Com o passar dos anos, percebeu-se que a Portaria n° 222, de 24 de março de 1998, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde (ANVISA, 1998), não atendia de forma específica o mercado de suplementação alimentar com consumo crescente no Brasil. Além da grande variedade de suplementos alimentares lançados no mercado nos últimos anos que não é acompanhada das informações necessárias para o uso adequado por seus consumidores (CANTORI, SORDI e NAVARRO, 2009).

A Anvisa realizou vários ciclos de debates em 2017 acerca de formulação de propostas de regulação de suplementos alimentares visando elaborar uma regulamentação que seja capaz de lidar com características desse mercado e proteger a saúde da população. Após três reuniões

em 2017, a categorização de suplementos alimentar foi criada em 2018 com a IN 28/2018 que estabelece as listas de constituintes, de limites, alegações e rotulagem de Suplementos Alimentares (ANVISA, 2017, 2018a, 2019). Nesta Instrução Normativa é estabelecida as listas de constituintes, de limites de uso, de alegações e de rotulagem complementar dos suplementos alimentares. Complementando a Resolução RDC nº 243, de 26 de julho, de 2018, que trata dos requisitos sanitários dos suplementos alimentares.

Portanto, a IN 28/2018 define a lista de constituintes autorizados para uso em suplementos alimentares, exceto para os suplementos alimentares indicados para lactentes (0 a 12 meses) ou crianças de primeira infância (1 a 3 anos), também define a lista de limites mínimos e máximos de nutrientes, substâncias bioativas, enzimas e pro bióticos que devem ser fornecidos pelos suplementos alimentares na recomendação diária de consumo e por grupo populacional indicado pelo fabricante, define a lista de alegações autorizadas para uso na rotulagem dos suplementos alimentares e os respectivos requisitos de composição e de rotulagem, além dos requisitos de rotulagem complementar dos suplementos alimentares, como também define a lista das quantidades de aminoácidos essenciais da proteína de referência. (ANVISA, 2018b). Já em 2020 foi aberta nova consulta pública para alteração da IN 28/2018, com objetivo de adotar medidas para definição das características mínima de qualidade dessas substâncias, e considerando o ato de não terem sido incluídas na IN 28/2018, por ausência de especificação. Essa consulta pública tem a intenção de contemplar 28 novos constituintes (ANVISA, 2020).

Diante disso, com intuito de melhor a instrução normativa já vigente em 2018, foi criada a IN 76/2020, que dispões sobre as atualizações da lista de constituintes, de limites, de uso, de alegações e de rotulagem complementar de suplementos alimentares (ANVISA, 2020).

A busca pelo melhor condicionamento físico e pela manutenção da saúde tem levado muitas pessoas à prática de várias modalidades de exercícios físicos e algumas vezes a procura de meios rápidos para alcançar seus objetivos (ROCHA; PEREIRA, 1998). Segundo Frey, Hoffmann e Heuer (2017), 60% dos usuários de suplemento afirmaram que o motivo mais frequente para o uso de suplementos é a prevenção de nutrientes deficientes, seguido por prevenção de doença e conquista ou melhoria do bem-estar geral. No entanto, há evidências científicas de que é mais importante adequar o consumo energético da dieta dos atletas, levando-se em consideração o nível de treinamento e o balanço nutricional da dieta, do que se optar unicamente por uma suplementação nutricional (ARANTES, 2004).

Almeida *et al.* (2009) avaliaram o conhecimento sobre nutrição esportiva e a prevalência do uso e indicação de suplementos alimentares em profissionais de Educação Física

em academias de ginástica de Passo Fundo – RS. O estudo investigou 61 educadores físicos e constatou que a maioria dos educadores físicos (59%) faz uso de algum suplemento alimentar, e o mais utilizados são hiperprotéicos 35%, e a creatina 27%.

Já nos estudos de Long *et al.* (2011), os participantes reconheceram as influências sociais de seus colegas de equipe em suas estratégias nutricionais assim como influência do ambiente físico nas escolhas alimentares. Os autores também concluíram que os jogadores de futebol identificaram o tempo como a categoria principal de seu processo de escolha de alimentos. O tempo foi uma influência multifacetada, refletindo não apenas a hora do dia, mas também uma mercadoria consumível semelhante aos recursos financeiros (LONG *et al.* 2011).

Ao pesquisar o uso de suplementos alimentares como forma de melhorar a performance nos programas de atividade física em academias de ginástica em Vitória – ES, Santos e Santos (2002) afirmam que 70% dos entrevistados afirmaram fazer uso de suplementos alimentares e a fórmula mais usada era aminoácidos. Quanto à motivação do uso de suplementos a pesquisa indicou que 80% buscam a saúde e quanto a indicação 33% iniciam o uso de suplementos por indicação do professor. Dados parecidos foram achados por Albuquerque (2012) quanto à indicação do uso de suplemento, e Frade *et al.* (2016), quanto à prescrição dos suplementos nutricionais.

Ao investigar o estado nutricional, hábitos alimentares e consumo de suplemento alimentar por praticantes de atividade física de uma academia do Município de São Bento do Una – PE em 25 indivíduos de ambos os sexos, Costa (2012) percebeu que 36% estavam com excesso de peso, e a maior proporção era no sexo masculino, e 52% declararam fazer uso de suplemento, e o tipo mais consumido foi aminoácidos ou concentrados proteicos com 72%, e a maioria não buscaram indicação quanto ao consumo. Assim como Albuquerque (2012), que avaliou o consumo de suplementos alimentares nas academias do Guará/DF em 110 indivíduos de ambos os sexos, em que 86 disseram utilizar algum tipo de suplemento. O suplemento mais utilizado foi o *whey protein* (75%).

Frade *et al.* (2016) avaliaram o consumo de suplementos nutricionais por frequentadores de uma academia da cidade de São Paulo, em 354 praticantes de atividade física. A maior parte dos participantes não utilizavam suplementos (67,8%). Entre os suplementos mais utilizados destacou-se o uso de *whey protein*, realizado por 32,5% dos praticantes de atividade física avaliados. Os autores também perceberam que os amigos orientaram o consumo destes produtos (18,4%), seguidos pelo professor de academia (7,9%), pelo vendedor do produto (2,6%) e pelo fisioterapeuta (0,9%) (FRADE *et al.*, 2016).

Atualmente, percebe-se um aumento da prática de atividade física e como consequência,

tem-se buscado recursos para atingir padrões estéticos almejados, percebe-se então que a suplementação alimentar é utilizada como meio de atingir esse fim conforme observado nos estudos de Oliveira, Novais e Silva (2018) ao investigarem o consumo de suplementos alimentares por jovens de Ouro Preto-MG, identificaram que os motivos para o consumo de SA, na maioria (46,63%) era para aumento de massa muscular e 38,20% para melhora no desempenho físico. Os demais participantes da pesquisa relataram utilizar estes produtos com o objetivo de aumentar o peso (10,67%), perder peso (6,74%) e um pequeno grupo dos entrevistados (2,80%) citaram outros motivos como: melhora da imunidade; definição; energia e suprir carência de vitaminas e minerais.

Ainda segundo Oliveira, Novais e Silva (2018), quanto ao consumo de suplementos a pesquisa, verificou que entre homens e mulheres entrevistados, 33,15% estão utilizando pelo menos um tipo de SA e 31,46% nunca utilizou nenhum tipo de suplemento. O gênero masculino (44,30%) predominou no consumo atual de suplementos em relação ao gênero feminino (24,24%). Os três produtos mais consumidos foram os hiperproteicos (34,83%), aminoácidos de cadeia ramificada (BCAA) (32,58%) e creatina (21,91%). Sabemos que segundo Samal e Samal, (2018) o consumo de proteínas está associado ao risco de doença renal crônica, diabetes, obesidade, síndrome metabólica dentre outras doenças.

Já Thomé, Pinho e Hoppe (2018) concluíram que os consumidores, compram produtos saudáveis por motivos epistêmicos e emocionais. Os consumidores buscam experiências alimentares diferenciadas e sentem prazer nisso. No entanto, a vontade de comprar alimentos saudáveis diminui nos consumidores com baixos hábitos de atividade física, como também têm um valor emocional muito mais forte nos consumidores de alimento saudável (THOMÉ, PINHO E HOPPE, 2018).

Segundo Luz *et al.* (2019) percebeu que existe associação entre o consumo de suplementos alimentares com conhecimento sobre alimentação saudável, havendo predominância do gênero masculino, sem companheiro fixo e renda acima de 3 salários mínimos, sendo os suplementos mais consumidos os aminoácidos seguido de proteína.

Diante de tudo isso, percebe-se que o uso de suplementos alimentares vem sendo usado para diversas finalidades e de forma indiscriminada, sem orientação do profissional qualificado, e com elevado consumo, por isso, é extremamente importante analisar o bem estar desses consumidores de SA e praticante de atividade física, na busca de entender comportamento dos consumidores e seu bem-estar ligados à alimentação e suplementos. E através da TCR podemos conseguir mudar o comportamento e os padrões de consumo.

O principal aporte teórico utilizado para o desenvolvimento do questionário da pesquisa

encontram-se no Quadro 5.

Quadro 5 –Aporte teórico (principais autores)

Tema	Conceito		Autores
Pesquisa Transformativa do Consumidor	Constitui um movimento fundado por pesquisadores da Association for Consumer Research (ACR) que se dedica a compreender o comportamento de consumo das pessoas com vistas para o bem-estar individual e coletivo, apoiando e divulgando pesquisas que beneficiam a qualidade de vida de todos os seres envolvidos ou afetados pelas tendências de consumo e práticas em todo o mundo (MICK, 2006, MICK et al., 2012).	TCR	Davis e Pechmann (2013) Davis e Ozanne e Hill (2016) Davis e Ozanne (2019) Mick (2006) Mick <i>et al.</i> (2012)
Consumo	Suplementos são formulados de vitaminas, minerais, proteínas e aminoácidos, lipídios e ácidos graxos, carboidratos e fibras, isolados ou associados entre si (CFN 600/2018).	Consumo Alimentar	Diez Garcia (1994) Diez Garcia <i>et al.</i> , (2011) Magalhães e Motta (2011) Oliveira e Thébaud-Mony (1997)
		Consumo Suplementos	Hernandez e Nahas (2009) Rocha e Pereira (1998) Santos e Santos (2002) Siqueira (2009)
Comportamento Alimentar	São procedimentos relacionados às práticas alimentares de grupos humanos (o que se come, quanto, como, quando, onde e com quem se come; a seleção de alimentos e os aspectos referentes ao preparo da comida) associados a atributos socioculturais (DIEZ GARCIA, 1994).	Restrição Alimentar	Assis e Nahas (1999) Diez Garcia (1994) Diez Garcia <i>et al</i> (2011) French <i>et al.</i> (1999) Magalhães e Motta (2011) Viana e Sinde (2003)
		Ingestão Emocional	
		Ingestão Externa	
Bem-estar alimentar	É definido como um relacionamento psicológico, físico, emocional e social positivo com a comida tanto no nível individual como na sociedade, sendo influenciado por fatores culturais, ambientais e legais que governam as atitudes e comportamentos alimentares das pessoas (BLOCK <i>et al.</i> , 2011).	Bem-estar alimentar	Batat <i>et al.</i> (2016) Block <i>et al</i> (2011) Block <i>et al.</i> (2013) Bublitz (2011) Bublitz <i>et al</i> (2013)
		Bem-estar subjetivo	Ares <i>et al.</i> (2014, 2015 e 2016) Diener <i>et al.</i> (2003)

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Após análise dos autores acima, percebeu-se que a importância dada às questões nutricionais, o consumo de uma alimentação saudável, e os estilos comportamentais juntamente com o bem-estar dos praticantes de atividade física, podem determinar o comportamento alimentar e o consumo de suplementos. Nesse sentido, devem ser observados vários aspectos quanto a rotina da prática de atividade física como frequência e horas de práticas de atividade

física. Também devem ser levantado o consumo de suplemento alimentar, juntamente com a indicação, o local de compra e motivo de consumo de suplementos. Assim, o conhecimento do consumo de suplemento, juntamente com estilo de ingestão alimentar nos permite identificar o comportamento por meio da ingestão emocional, ingestão externa e da ingestão restritiva.

Alinhados aos tipos de comportamento alimentar, compararemos os tipos de ingestão alimentar desses consumidores praticantes de atividade física e com isso, entenderemos como o bem-estar alimentar dos praticantes de atividade física se encontram quando usam suplemento alimentar em comparação com outros alimentos como maçã e bolo de chocolate.

Por fim, a partir da literatura apresentada e considerando a premissa de que o presente estudo se alinhará às diretrizes propostas pela TCR, buscaremos com vistas à promoção do bem-estar, e a busca por qualidade de vida uma reflexão sobre a mudança comportamental.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

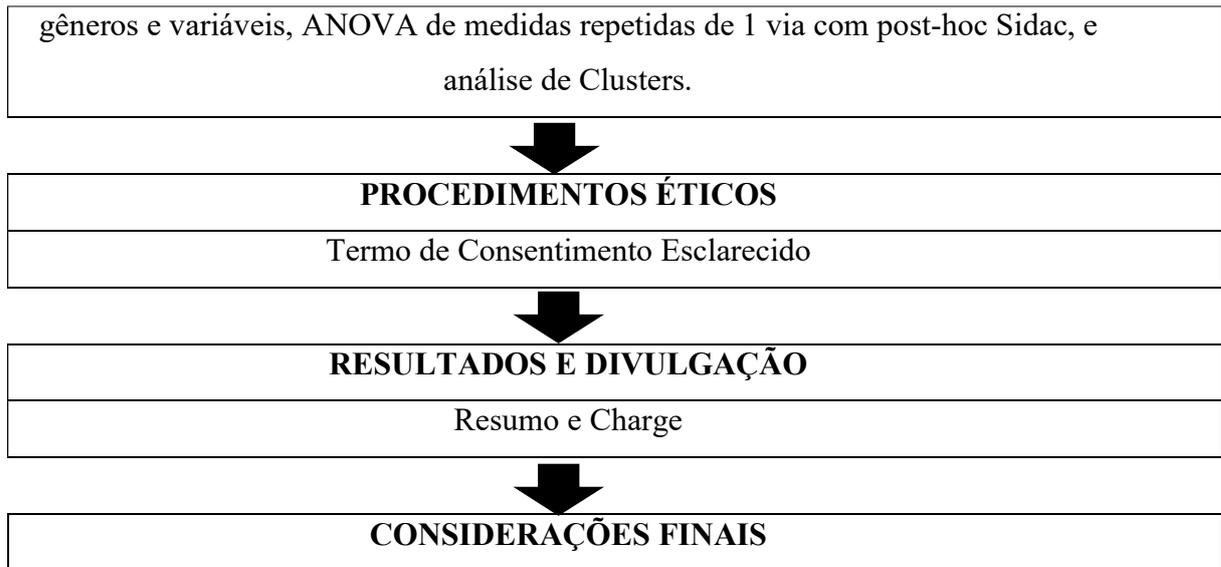
Nesse capítulo são abordados os procedimentos metodológicos para operacionalização da pesquisa. Primeiramente, estão expostos o desenho da pesquisa, os participantes da pesquisa, a coleta de dados, os procedimentos de análise dados do trabalho de campo, e por último, os procedimentos éticos da pesquisa.

3.1 DESENHO DA PESQUISA

Para visualizar o panorama dos procedimentos traçados para desenvolver este estudo, apresenta-se, na Figura 6, o desenho geral dessas etapas.

Figura 6 – Desenho da pesquisa





Fonte: Elaborado pela autora (2021).

3.2 PARTICIPANTES

O universo da pesquisa compreende praticantes de atividade física, frequentadores ou não de academia, consumidores de suplementos alimentares. Definiu-se também como critério de amostra a maioria (18 anos ou mais) dos respondentes, por sugerir independência ao seu comportamento e por questões éticas em não ter que pedir autorizações aos pais.

A amostra total para a análise dos resultados foi de N=257 participantes. Após tratamento dos dados ficou com N=256 participantes válidos. Destaca-se que o processo de amostragem foi não probabilístico, por conveniência e bola de neve.

A seguir, na Tabela 1, são apresentados os dados completos que confirmam a caracterização sociodemográfica dos participantes da pesquisa, bem como a distribuição geográfica desses indivíduos nas regiões do país.

Tabela 1 – Perfil da amostra

Perfil da amostra	Respondentes (N=256)	
Categorias	Freq.	Perc.
Gênero		
Feminino	156	60,9%
Masculino	100	39,1%
Estado Civil		
Casado	123	48,1%
Solteiro	120	46,9%
Separado ou divorciado	11	4,3%
Viúvo (a)	2	0,7%

Escolaridade		
Pós-graduação	87	34,0%
Mestrado/Doutorado	65	25,4%
Curso superior completo	57	22,3%
Curso superior incompleto	27	10,5%
2º grau completo	16	6,3%
2º grau incompleto	3	1,2%
1º grau completo	1	0,4%
Profissão		
Empregado	176	68,8%
Estudantes	47	18,4%
Outros	17	6,6%
Desempregado	14	5,5%
Aposentado	2	0,8%
Renda		
3 a 5 salários mínimos	93	36,3%
6 a 9 salários mínimos	55	21,5%
Acima de 10 salários mínimos	39	15,2%
2 salários mínimos	38	14,8%
1 salário mínimo	16	6,3%
10 salários mínimos	15	5,9%
Região		
Nordeste	224	87,4%
Sudeste	10	4%
Sul	8	3,2%
Norte	7	2,7%
Centro-Oeste	7	2,7%
Idade	Média = 34,48	Desvio Padrão = 8,98

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A idade média geral dos respondentes foi de 34,48 anos (DP=8,98). O participante com menor idade tinha 18 anos e o mais velho, 66 anos.

Na análise da renda, foi adotado o critério do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), considerando o salário-mínimo do ano de 2020, igual a R\$ 1.045,00.

3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

A fim de alcançar os objetivos deste estudo foi feita uma coleta de dados primários, o método utilizado foi o *survey*. Na perspectiva de Hair *et al.* (2005), *survey* é um procedimento para coleta de dados primários a partir de indivíduos. Em se tratando da escolha do método de pesquisa, optou-se pela *survey* porque esse método ajuda a coletar um conjunto de dados em um determinado tempo, dando uma visão sistemática de um conjunto de dados quantificáveis para um número de variáveis (BRYMAN, 1989).

A coleta de dados com os participantes da pesquisa se deu por meio da aplicação do questionário online, por meio da ferramenta do *Google Forms*, sendo o seu link publicado e compartilhado pela rede social Facebook, Instagram e pelo aplicativo WhatsApp, entre os dias 25 de dezembro de 2020 e 25 de janeiro de 2021. O tipo de seleção amostral, deste estudo se classificou como não probabilístico, utilizando-se de técnicas de amostragem por conveniência e bola de neve.

Segundo Bryman (1989), existem dois tipos de instrumentos de coleta de dados associados à pesquisa *Survey*: o questionário auto administrado e a entrevista estruturada. Nesta pesquisa, foi utilizado questionário auto administrado pelos participantes.

Para fundamentar o instrumento de pesquisa, foram escolhidas escalas validadas para mensurar as variáveis: a) consumo, b) comportamento alimentar e c) bem-estar alimentar subjetivo demonstrados no Quadro 6.

Quadro 6 – Objetivos e questionários

	Variáveis	Objetivos	Construtos	Escala	Seção Questionário
Objetivo Geral	Consumo	Objetivo específico 1	Consumo de suplementos	Escala de consumo de ergogênicos de Siqueira (2009)	Seção II, III e IV
	Comportamento alimentar	Objetivo específico 2	Restrição alimentar	Escala – QHCA de Viana e Sinde, (2003)	Seção I
			Ingestão emocional		
			Ingestão externa		
	Bem-estar alimentar subjetivo	Objetivo específico 3	Dimensões do bem-estar alimentar subjetivo	Escala Bem-Estar Subjetivo de Ares <i>et al.</i> (2016)	Seção V
TCR	Objetivo específico 4	Mudanças comportamentais			

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Alinhados à Pesquisa Transformativa do Consumidor, os procedimentos metodológicos seguiram os pressupostos da pesquisa colaborativa com nutricionista e a comunidade, dada a importância da pesquisa transformativa de tentar conhecer a realidade alimentar das pessoas que buscam mudanças no seu consumo alimentar e a colaboração do nutricionista torna-se imprescindível para nos ajudar no entendimento do estado nutricional da população estudada. Podendo-se observar os dados da TCR e os dados a serem adotados na nossa pesquisa conforme Quadro 7.

Quadro 7 – Pesquisa Transformativa x Processos adotados na pesquisa

Etapas	Descrição	Etapas adotadas
Identificação do problema	Estuda problemas sociais em sua complexidade com múltiplas perspectivas.	Consumo de suplemento alimentar com/sem orientação médica ou nutricionista e comportamento alimentar inadequado.
Grupo de pesquisadores	Grandes equipes multidisciplinares e multiculturais.	Desenvolvimento em parceria com nutricionistas e educadores físico.
Definição dos participantes de pesquisa	Amostragem flexível e criativa, equilibrando rigor e relevância.	Seleção de praticantes de atividade física, consumidores de Suplementos, maiores de 18 anos.
Técnicas de coleta de dados	Adoção de um conjunto amplo de técnicas de coleta de dados, buscando maior inovação nos métodos utilizados.	Adoção de coleta de dados primários, com método <i>survey</i> .
Processo de análise	Análise colaborativa entre pesquisadores e participantes em prol da comunidade.	Os resultados serão transmitidos em academias, lojas de suplementos e em mídias sociais.
Aplicação dos resultados	Etapas essenciais numa pesquisa transformativa bem planejada.	A aplicação dos resultados servirá de base para criação de políticas de redução de consumo indesejáveis, para ampliação de conhecimento sobre o tema.
Disseminação da Pesquisa	Divulgar os resultados da pesquisa em vários veículos de comunicação utilizados pelos consumidores.	Apresentações serão feitas nas mídias sociais de grande circulação e em forma de charge para facilitar o entendimento de consumo indevido de S.A.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Na seção I do Questionário de Bem-estar Alimentar e consumo de Suplementos usou-se o Questionário Holandês de Comportamento Alimentar, desenvolvido por *Nederlandse Vragenlijst Voor Eetgedrag* (NVVE) e, na língua inglesa, *Dutch Eating Behavior Questionnaire*, desenvolvido por *Van Strien, Frijters, Bergers e Defares* (1986), validado para o português por *Viana e Sinde*, (2003). Essa escala é constituída por 33 itens, dividida em três sub escalas: Restrição alimentar (10 itens); Ingestão Externa (10 itens); e Ingestão Emocional (13 itens). Os itens são avaliados numa escala tipo Likert de 5 pontos (de “Nunca” a “Muito frequentemente”). Essa escala serviu para investigar os estilos de ingestão alimentar.

Na seção II utilizou-se a escala desenvolvida e validada por *Siqueira* (2009) que foi adaptada do modelo de *Schrödet et al.* (2002), para analisar o tipo de suplemento usado. Para isso a escala foi adaptada e segmentada nas seguintes categorias: suplementos vitamínicos e minerais, proteínas, carboidratos, aminoácidos, e outros. A frequência de uso foi especificada em seis categorias: “diariamente”, “1 vez por semana”, “2 a 3 vezes por semana”, “4 a 5 vezes por semana”, “1 a 2 vezes por mês” e “menos que uma vez por mês”. Seguindo ainda o modelo

desenvolvido e validado de Siqueira (2009), adaptado do modelo proposto por Santos (2000), na seção III procurou-se identificar os locais de compra e motivos de uso dos suplementos. Na seção IV buscou-se analisar a frequência e tempo gasto na atividade física. Para a frequência semanal de exercício tiveram oito categorias de respostas, que variaram de: “1 vez” a “7 vezes”, além da categoria “menos de uma vez”.

Na seção V foi utilizado o Questionário de avaliação do Bem-Estar Subjetivo de Ares *et al.* (2016) composto por seis dimensões: o bem-estar geral (2 itens), o bem-estar físico (7 itens), o bem-estar intelectual (5 itens), o bem-estar emocional (7 itens), o bem-estar social (5 itens) e o bem-estar espiritual (5 itens), totalizando 31 itens do questionário. O trabalho de Ares *et al.* (2016) foi aplicado no Brasil e países como China, França, Portugal, EUA, Espanha e Uruguai como parte do estudo de construção e adaptação da escala do Bem-Estar Subjetivo no contexto alimentar.

Por fim, na seção VI foi utilizado o questionário com perguntas sociodemográficas, que permitiu a caracterização da amostra, inquirindo idade, gênero, estado civil, escolaridade, situação habitacional, situação socioprofissional, renda, altura e peso.

A escolha da escala de mensuração do bem-estar subjetivo de Ares *et al.* (2016), foi devido existirem poucos estudos direcionados a entender como os consumidores percebem a relação entre o bem-estar subjetivo e os alimentos (suplemento alimentar) na compreensão das escolhas alimentares (ARES *et al.*, 2015).

Nessa perspectiva buscou-se entender a relação entre bem-estar subjetivo e o consumo de suplementos alimentares (*whey protein*), fruta (maçã) e bolo de chocolate. A escolha desses alimentos para nossa escala foi devido esses alimentos (maçã e bolo de chocolate) já terem sido os alimentos testados na pesquisa de Ares *et al.* (2016), por isso, escolheu-se aqueles que deveriam influenciar positiva ou negativamente a saúde física do bem-estar subjetivo conforme Ares *et al.* (2016), já que o sujeito da pesquisa pratica atividade física e deduz-se consumo de um alimentos saudável e evita doces e gorduras. A escolha do suplemento alimentar *whey protein*, foi devido ser o suplemento mais consumido conforme Albuquerque (2012), Frade *et al.* (2016) e Oliveira, Novais e Silva (2018).

No Brasil, a escala de Ares *et al.* (2016) foi aplicada ao contexto de alimentos orgânicos por Verga, Silva e Alfinito (2020) ao analisar a intenção de compra de alimentos orgânicos com a inclusão do bem-estar subjetivo como dimensão adicional da Teoria do Comportamento Planejado – TCP. Concluindo que o bem-estar subjetivo é um preditor da intenção de compra de alimentos orgânicos e tem um papel relevante de influência nos construtos da TCP, portanto, age como um potencial antecedente da atitude dos

consumidores de alimentos orgânicos (VERGA, SILVA e ALFINITO, 2020).

Diante disso, nota-se a importância do estudo do bem-estar alimentar em busca de mudanças comportamentais, conforme Ares *et al.* (2016) e Bublitz *et al.* (2019), para entender como os consumidores percebem a relação entre o bem-estar subjetivo e os alimentos (suplemento alimentar) na compreensão das escolhas alimentares. A importância do estudo de consumo de suplementos alimentares e comportamentais dos praticantes de atividade física alinhados a TCR, em busca de mudanças e de uma melhor qualidade de vida desses participantes e da sociedade como um todo.

3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Os procedimentos adotados para a análise dos dados foram análises exploratórias preliminares, análise descritiva da amostra e das variáveis com test-t para análise de gênero com as variáveis, e ANOVA de medidas repetidas de 1 via com teste post-hoc Sidac na escala de comportamento alimentar. Na escala de bem-estar alimentar subjetivo foi realizada análise de Cluster, com ANOVA e test post-hoc. Todos os resultados foram calculados por meio dos softwares estatísticos SPSS e sistema R.

Inicialmente, a análise exploratória consistiu na limpeza preliminar dos dados, para identificação de *outliers*, *missing values*, respondentes duplicados e vícios de resposta que pudessem interferir na análise dos resultados.

Finalizada essa etapa, passou-se para a análise descritiva da amostra e das variáveis para obter uma visão geral do comportamento dos dados. A análise explicativa em pesquisa de *survey* procuram desenvolver posições gerais sobre o comportamento humano (BABBIE, 1999). Foram extraídas medidas descritivas como a média, o desvio-padrão, e mediana. O nível de significância adotado foi $p < 0,05$.

Para determinar a normalidade dos dados foram calculados os valores de skewness e de kurtosis, verificou-se que as variáveis apresentaram uma distribuição normal e, por isso, recorreu-se ao uso de testes paramétricos.

3.5 PROCEDIMENTOS ÉTICOS

A participação dos indivíduos foi voluntária e anônima, precedida de um convite e assinatura do Termo de Consentimento Esclarecido, explicando os objetivos da pesquisa e a importância da veracidade das respostas, garantindo o total sigilo e anonimato.

4 ANÁLISES DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos nessa pesquisa. Inicialmente, apresenta-se em detalhes os procedimentos de análise exploratórios e descritivos, ANOVA, Análise de Cluster e reflexões da TCR. Por fim, são discutidos os resultados desse estudo.

4.1 TRATAMENTO DOS DADOS E TESTE DE NORMALIDADE

Inicialmente, os dados originados do questionário foram transferidos para o SPSS com o objetivo de realizar uma limpeza preliminar dos dados, identificando possíveis erros de digitação, *missing values*, *outliers* que pudessem interferir na análise dos resultados.

Finalizada essa etapa, partiu-se para a verificação da presença de *missing values*, sendo encontrada uma ocorrência devido ao erro de entendimento da pergunta, optamos pela exclusão do respondente.

O último passo consistiu na identificação de *outliers* nas variáveis quantitativas dos construtos estudados. Ao final da limpeza preliminar dos dados, a amostra total para a análise dos resultados ficou com N=256 respondentes válidos.

Após o tratamento dos dados, realizou-se o teste de normalidade das variáveis levando em conta a hipótese nula que os dados se originam de uma distribuição normal, foi realizado o teste de normalidade de Shapiro-Wilk, de modo que os resultados rejeitaram a hipótese de normalidade dos dados. Desse modo, como a violação da normalidade é uma situação ocasional em variáveis do comportamento, utilizou-se o critério sugerido por Kline (2010) e Marôco (2010) de assimetria (entre -3 a 3) e curtose (entre -7 e 7) aceitando os dados como normal.

A análise de todas as variáveis que compõem as escalas de comportamento alimentar e bem-estar subjetivo mostrou que a assimetria mínima foi de -1,20 e a máxima de 0,56 e a curtose foi com valor mínimo de -0,65 e máxima de 1,83. Tais resultados indicam que se pode pressupor a normalidade dos dados, conforme Marôco (2010), pois demonstram que não foram observados valores de assimetria e curtose que indiquem problemas de sensibilidade psicométrica.

4.2 ANÁLISES DAS VARIÁVEIS SÓCIODEMOGRÁFICAS

Inicialmente, as principais medidas sobre o perfil da amostra estão apresentadas na

Tabela 1, constando o perfil sociodemográfico dos 256 participantes da pesquisa considerados aptos para o papel de respondente. Observou-se que 60,9% são mulheres (N = 156) e 39,1% são homens (N = 100), o que demonstra uma distribuição equilibrada entre o todo de participantes da pesquisa. Em relação ao estado civil, ocorreu também um equilíbrio entre indivíduos solteiros e casados, sendo 48,1% (N = 123) casados(as) e 46,9% (N = 120) solteiros(as).

Quanto ao grau de escolaridade, os resultados indicaram que 59,4% dos respondentes têm, no mínimo, uma pós graduação *lato sensu* ou *stricto sensu*. O teste t para igualdade de médias identificou que em média, os consumidores do gênero masculino em relação ao gênero feminino não existe diferença estatística entre os gênero por escolaridade, ficando todos os níveis de escolaridades com $p > 0,05$.

A idade média geral dos respondentes foi de 34,48 anos (DP=8,98). O participante com menor idade tinha 18 anos e o mais velho, 66 anos. O teste t identificou que o não existe diferença estatística por idade entre os gêneros ($t(256) -5,69$ $p=0,570$), o feminino tem média 34,22 anos (DP=7,97) e o gênero masculino 34,88 anos (DP=10,39) com $p > 0,05$.

Na análise da renda, foi adotado o critério do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), considerando o salário-mínimo do ano de 2020, igual a R\$ 1.045,00. O teste t para igualdade de médias identificou que não existe diferença entre os gêneros para renda ($t(256) -0,863$ $p=0,389$) com $p > 0,05$, sendo o gênero feminino com média 3,45 (DP=1,34) e masculino com média 3,61 (DP=1,49).

Quanto à renda, percebeu-se que (36,3%) recebem de 3 a 5 salários mínimos, (21,5%) recebem de 4 a 9 salários mínimos, (15,2%) recebem acima de 10 salários mínimos. O que poderia indicar um viés da pesquisa, por ter um poder aquisitivo maior juntamente com alto grau de escolaridade.

Seguindo, no que se refere às atividades profissionais, notou-se que há uma predominância de indivíduos empregados, 68,8% do total e 18,4% de estudantes. Nesse mesmo contexto, 6,6% declararam empresários, 0,8 % aposentados e apenas 5,5% do total se declararam desempregado, divergindo com os dados do IBGE (2020), na qual a taxa de desocupação chegou a 14,6% no terceiro trimestre do ano de 2020, sendo a maior taxa registrada na série histórica do IBGE desde 2012.

Quanto ao número de filhos, percebeu-se que 55,5% do total dos participantes não possuem filhos conforme Tabela 2.

Na Tabela 2 estão expostos os dados referentes as variáveis “estado civil” e “número de filhos”.

Tabela 2 - Número de filhos

Estado Civil (N=256)			N° de Filhos (N=256)		
Categorias	Freq.	Perc.	Categorias	Freq.	Perc.
Casado	123	48,1%	0	142	55,5%
Solteiro	120	46,9%	2	54	21,0%
Separado ou divorciado	11	4,3%	1	46	18,0%
Viúvo (a)	2	0,7%	3	14	5,5%
Total	256	100	Total	256	100

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Percebeu-se uma paridade no “estado civil” entre solteiro (46,9%) e casados (48,1%) e que (55,5%) do total dos respondentes não tem filhos. Podendo ser observado na pergunta Você tem filhos? Quantos? Na tabela 2.

Em relação ao local de moradia, foi feita a pergunta se residia em João Pessoa conforme Tabela 3. Percebeu-se que (66,8%) não residem em João Pessoa, residindo em outras cidades da Paraíba e outros Estados brasileiros, conforme já apresentado na tabela 1.

Tabela 3 – Reside em João Pessoa

Residência em João Pessoa		Respondentes (N=256)	
Categorias	Freq.	Perc.	
Não	171	66,8%	
Sim	85	33,2%	

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

De acordo com os dados da pesquisa sobre as variáveis “Habitação” a maioria dos respondentes vive com a família ou vive com parceiro/a, representando 67,2% e 18,0% da amostra global, respectivamente. Na Tabela 4 são apresentados os dados relativos a essas questões.

Tabela 4 – Habitação

Habitação		Respondentes (N=256)			
Categorias	Freq.		Perc.		
Vive com a família	172		67,2%		
Vive com parceiro/a	46		18,0%		
Vive sozinho	30		11,7%		
Partilha com outros inquilinos	4		1,6%		
Vive com amigos	3		1,2%		
Outros especifique	1		0,4%		
Habitação/ Gênero	Média	Desvio Padrão	t	p	
Feminino (n=156)	2,37	0,99	1,26	0,20	
Masculino (n=100)	2,22	0,94			

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O test-t independente mostrou que, em média, os consumidores do gênero masculino em relação ao gênero feminino, não apresentam diferença estatística de habitação ($t(254) 1,266$; $p=0,207$).

Continuando o perfil demográfico, verificamos o peso e a altura para ser verificado o Índice de Massa Corporal ($IMC = \text{peso(kg)} / \text{altura(m)}^2$). O IMC foi classificado de acordo com o proposto pela Organização Mundial de Saúde (WHO, 1997), em baixo peso ($IMC < 18,5 \text{ kg/m}^2$), eutrofia ($18,5 \leq IMC < 25,0 \text{ kg/m}^2$), sobrepeso ($25,0 \leq IMC < 30,0 \text{ kg/m}^2$), obesidade ($IMC \geq 30,0 \text{ kg/m}^2$). Na tabela 5 apresentamos os dados relativos a essas questões.

Tabela 5 – Peso e IMC

Peso e IMC		Respondentes (N=256)						
Sigla	Item	Média	Mediana	Desvio	Mínimo	Máximo	Feminino Média (N=156)	Masculino Média (N=100)
	Peso (kg)	71,19	70,00	13,127	40	125	66,53	78,47
	IMC (kg/m ²)	25,49	25,36	3,81	16,18	40,09	25,30	25,77

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Percebeu-se pelos dados apresentados, que a média de peso é alta e que o IMC encontra-se dentro da faixa de normalidade de eutrofia, indicando que os participantes estão nos limites entre a faixa de eutrofia e sobrepeso.

O test-t independente mostrou que, em média, os consumidores do gênero masculino em relação ao gênero feminino, apresentam diferença estatística de peso ($t(254) -7,910$; $p=0,000$) e não apresentam diferença estatística de IMC ($t(253) -0,956$ $p=0,340$).

Na Tabela 6, apresenta-se o estado nutricional através da classificação do IMC. Do total dos participantes pesquisados, apresentaram eutrofia ($n=113$; 44,16%) e sobrepeso de peso ($n=108$; 42,18%). O IMC foi classificado de acordo com o proposto pela Organização Mundial de Saúde (WHO, 1997).

Tabela 6 – Perfil do Estado Nutricional

Estado Nutricional	Respondentes (N=256)
--------------------	----------------------

Estado Nutricional	Frequência (N=256)	Perc.
Baixo peso	8	3,12%
Eutrofia	113	44,16%
Sobrepeso	108	42,18%
Obesidade	27	10,54%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

4.3 ANÁLISES DOS CONSTRUTOS

Neste tópico são apresentados as análises dos itens dos seguintes construtos trabalhados nessa pesquisa: Consumo suplementos alimentares; comportamento alimentar e bem-estar alimentar subjetivo.

4.3.1 Consumo de Suplementos Alimentares

Os dados gerados a partir da pesquisa revelaram que 68,7% dos praticantes de atividade física consomem pelo menos 1 vez por mês algum tipo de vitamina e minerais e 30,9% consomem diariamente vitaminas e minerais. Quanto ao consumo de proteínas, percebeu-se uma paridade de consumo (50,0%) e não usa no momento (50,0%). Ao todo 30,9% e 25% consomem diariamente algum tipo de vitamina/minerais e proteína respectivamente.

Por sua vez, a análise dos dados revelou que 62,9% dos praticantes de atividade física não consomem no momento carboidratos e apenas 16,8% consomem diariamente. Também foi verificado quanto ao consumo de aminoácidos, que 63,3% não consomem no momento e apenas 9,8% consomem diariamente.

Sobre o perfil do consumo de suplementos alimentares demonstrado pelos participantes da pesquisa, estes se encontram expostos na Tabela 7 a seguir:

Tabela 7 – Consumo de suplementos

Perfil da consumidores suplementos alimentares	Respondentes (N=256)	
Categorias	Freq.	Perc.
Suplementos		
Vitamínicos e minerais		
1 a 2 vezes/mês	20	7,8%
1 vez/semana	22	8,6%
2 a 3 vezes/semana	25	9,8%
4 a 5 vezes/semana	22	8,6%
Diariamente	79	30,9%
Menos que 1 vez/mês	8	3,1%
Não uso no momento	80	31,3%

Proteínas		
1 a 2 vezes/mês		
1 vez/semama	8	3,1%
2 a 3 vezes/semama	13	5,1%
4 a 5 vezes/semama	14	5,5%
Diariamente	24	9,4%
Menos que 1 vez/mês	65	25,4%
Não uso no momento	4	1,6%
	128	50,0%
Carboidratos		
1 a 2 vezes/mês		
1 vez/semama	17	6,6%
2 a 3 vezes/semama	9	3,5%
4 a 5 vezes/semama	7	2,7%
Diariamente	15	5,9%
Menos que 1 vez/mês	43	16,8%
Não uso no momento	4	1,6%
	161	62,9%
Aminoácidos		
1 a 2 vezes/mês		
1 vez/semama	20	7,8%
2 a 3 vezes/semama	19	7,4%
4 a 5 vezes/semama	15	5,9%
Diariamente	10	3,9%
Menos que 1 vez/mês	25	9,8%
Não uso no momento	5	2,0%
	162	63,3%

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Em relação à variável “tipos de suplementos”, grande parte da amostra, utilizam suplementos vitamínicos/minerais (N=72) e suplementos proteicos (N=66). O tipo de vitamina mais citados foram os polivitamínicos e a proteína mais citada foi o *Whey Protein*.

Na Tabela 8 estão apresentados os dados referentes as variáveis “tipos de suplementos mais citados”.

Tabela 8 – Tipos de Suplementos alimentares mais citados

Perfil da tipos de suplementos alimentares	Respondentes (N=256)
Categorias	Número de citações
Suplementos	
Vitamínicos e minerais	
Polivitamínicos e minerais	72
Vitamina C	27
Vitamina D	23
Centrum	15
Ômega 3	10
Zinco	3
Proteínas	
Whey Protein	62

Proteína Natural	22
Não uso no momento	10
Creatinina	4
Albumina	3
Carboidratos	
Carboidratos naturais	20
Não uso no momento	15
Hipercalórico	3
Carbogel	2
Maltodextrina	2
Palatinose	2
Waxy	1
Aminoácidos	
BCAA	18
Não uso no momento	18
Creatina	8
Aminoácidos naturais	4
Amino Greens	1

Os respondentes podiam indicar mais de suplemento alimentar

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Em relação à variável “frequência de atividade física”, grande parte da amostra, pratica no mínimo 5 vezes, representando uma porcentagem 28,9% do total e 81,3% praticam ente 50 minutos a 2 horas de atividade física por dia.

Na Tabela 9 são apresentados os dados referentes às variáveis “frequência de atividade física” e “horas de atividade física”.

Tabela 9 – Frequência e horas de atividade física

Frequência e horas de atividade física					
Categorias	Freq.	Perc	Categorias	Freq.	Perc
Frequência de atividade física			Horas de atividade física		
5 vezes	74	28,9%	0 a 45 min	40	15,7%
3 vezes	63	24,6%	50 min a 2 h	208	81,3%
6 vezes	32	12,5%	2:30 a 4 h	8	3,2%
4 vezes	29	11,3%			
Menos de uma vez	28	10,9%			
2 vezes	20	7,8%			
7 vezes	7	2,7%			
1 vez	3	1,2%			

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Realizou-se a análise descritiva das questões relacionadas à atividade física, e se o respondente frequenta ou não academia, 44,9% (N=115) responderam que sim e desse total 106 praticam musculação como atividade física conforme Tabela 10:

Tabela 10 – Práticas de atividade física mais citadas

Práticas de atividade física mais citadas	
Categorias	Número de citações
Musculação	106
Caminhada	79
Corrida	73
Ciclismo	32
Funcional	17

Os respondentes podiam indicar mais de uma pratica de atividade física

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Quanto aos dados da variável local de compra, os praticantes de atividade física que participaram da pesquisa informaram que compravam seus suplementos principalmente em farmácia (N=111) e em lojas específicas de suplementos (N=84), pela internet (N=65), em lojas de produtos naturais (N=44) e nas próprias academias (N=3).

Das várias razões citadas como motivo para o uso de suplementos entre os praticantes de atividade física, se destacaram: “para garantir minha saúde” (N=99), “para ter mais energia” (N=74), “para aumentar minha massa muscular” (N=67) e “para compensar deficiências da alimentação” (N=64).

É ainda preocupante observar que o uso de suplementos por indicação de treinadores e amigos juntos (N=77) é maior do que o consumo por indicação de médicos (N=71), no entanto, o lado bom é que a recomendação por profissionais qualificados foram os mais citados (N=109).

Na tabela 11 apresentamos os dados relativos a essas questões.

Tabela 11 – Local de compra, motivo e indicação de suplementos alimentares

Local de compra, motivo e indicação de suplementos alimentares (N=256)	
Categorias	Número de citações
Local de compra	
Farmácias	111
Lojas específicas de suplementos nutricionais	84
Pela Internet	65
Lojas de produtos naturais	44
Supermercados	42
Outros	17
Pelo correio	5
Academias	3
Motivo da compra	
Para garantir minha saúde	99
Para ter mais energia	74
Para aumentar minha massa muscular	67
Para compensar deficiências da alimentação	64
Para prevenir doenças	58

Outros	52
Para garantir minha performance esportiva	51
Para combater o cansaço	32
Porque faço regime para emagrecer	17
Indicação de uso suplemento	
Por indicação de nutricionista	109
Por indicação médica	71
Por indicação de amigo	34
Por indicação de treinador	43

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Os respondentes podiam indicar mais de uma opção

O test-t independente mostrou que, em média, os consumidores do gênero masculino em relação ao gênero feminino, não apresentam diferença estatística de consumo de suplemento vitamínico e minerais ($t(254) -1,114$; $p=0,262$). Assim como para o consumo de suplemento de carboidratos, ($t(254) 1,592$; $p =0,119$). No entanto, quanto ao consumo de suplemento de proteína e suplemento de aminoácidos, os consumidores do gênero feminino apresentam média superior a do gênero masculino, ($t(254) 2,925$; $p =0,004$) para proteína e ($t(254) 2,512$; $p =0,015$) para aminoácidos. Por fim, os consumidores do gênero masculino e feminino não apresentam diferença estatística média de consumo de outros suplementos ($t(254) 0,625$; $p =0,532$). Portanto, somente com relação aos aminoácidos e proteínas pode-se dizer que há diferença estatística entre homens e mulheres, com valores abaixo de 0,050 com $p=0,015$ para aminoácidos e $p=0,004$ para proteínas, conforme demonstrado na Tabela 12.

Tabela 12 –Consumo de suplementos alimentares por gênero

Características consumo Suplementos Alimentares		Respondentes (N=256)	
Variáveis	Média	Desvio Padrão	p
Vitaminas e Minerais			0,262
Feminino	2,744	2,537	
Masculino	3,100	2,435	
Proteínas			0,004
Feminino	4,019	2,528	
Masculino	3,060	2,608	
Carboidratos			0,119
Feminino	4,517	2,286	
Masculino	4,050	2,458	
Aminoácidos			0,015
Feminino	4,788	2,057	
Masculino	4,090	2,335	
Outros			0,532
Feminino	4,241	2,426	
Masculino	4,050	2,405	

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

4.3.2 Comportamento Alimentar

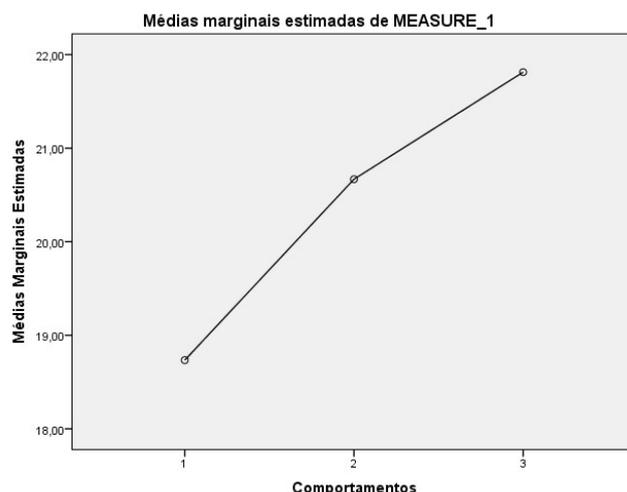
Esse instrumento permite verificar fatores psicossociais implícitos na seleção e decisão na alimentação. Um resultado elevado em uma das subescalas implica em uma tendência a reagir aos alimentos (atitude) que se traduz no estilo alimentar (VIANA e SINDE, 2003).

O escore de cada subescala é obtido pela média, portanto, a subescala com pontuação mais elevada evidencia o estilo alimentar mais frequentemente praticado. O instrumento já demonstrou ter propriedades psicométricas adequadas, numa amostra de jovens e adultos (VIANA e SINDE, 2003).

Para o comportamento alimentar por meio do QHCA, os dados foram obtidos considerando-se os escores totais Tabela 14, os dados também foram tabulados conforme gênero e classe de IMC conforme Tabela 15.

Para a análise estatística, os dados foram submetidos a uma Análise de Variância (ANOVA) de medidas repetidas de uma via por subclasse de comportamento. Como houve significância estatística, realizou-se o teste post-hoc Sidac. O nível de significância considerado foi $p < 0,05$. Realizamos o Teste post hoc, como não houve esfericidade nos testes usamos a correção do Greenhouse-Geisser, levando-se em consideração que existem diferenças entre os comportamentos conforme figura 6 e Tabela 13. Portanto, a ANOVA com medidas repetidas mostrou que há efeito do fator comportamento nos participantes [$F(1,80, 460,7) = 9,20; p < 0,05$] e o post-hoc de Sidak mostrou que existe diferença entre os tipos de comportamento (1- emocional, 2- restritivo e 3- externo).

Figura 6 – Mensuração de comportamento



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Tabela 13 – Comparações de pares

		Média	DP	p	Limite inferior	Limite superior
1	2	-1,934	,835	,063	-3,942	,074
	3	-3,078*	,665	,000	-4,678	-1,479
2	1	1,934	,835	,063	-,074	3,942
	3	-1,145	,661	,233	-2,734	,444
3	1	3,078*	,665	,000	1,479	4,678
	2	1,145	,661	,233	-,444	2,734

* A diferença média é significativa no nível ,05.

b Ajustamento para comparações múltiplas: Sidak.

DP=Desvio Padrão

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O comportamento alimentar condicionado por fatores externos predominou na pesquisa com escore médio (21,81) podendo ser demonstrando a desinibição ou perda de controle que ocorre devido a fatores externos intrínsecos aos alimentos ou à situação social e familiar em que são ingeridos. Percebeu-se que 67,2% dos participantes da nossa pesquisa vive com a família e talvez façam as refeições juntas, o que pode influenciar no resultado para comportamento externo.

Tabela 14 – Valores da média, desvio padrão, assimetria e achatamento das variáveis dependentes de comportamento alimentar

Valores da média, desvio padrão, assimetria e achatamento das variáveis do comportamento alimentar (N=256)				
Categorias	Média*	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose
Emocional	18,73	12,76	0,568	-0,291
Externo	21,81	6,72	-0,120	-0,034
Restritivo	20,66	9,13	-0,100	-0,477

* Escore das médias de cada dimensão

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Quando analisamos o comportamento alimentar por gênero, apresentados na Tabela 15, percebemos que no gênero feminino, quando comparado aos mesmos valores do gênero masculino, possuem maior tendência para restrição alimentar e comportamento emocional.

Tabela 15 – IMC e avaliação do Questionário Holandês de Comportamento Alimentar

Categorias	Feminino		Masculino	
	Média*	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
IMC	25,30	3,96	25,77	3,55
Emocional	21,00	13,54	15,20	10,56
Externo	21,67	6,65	22,02	6,83
Restritivo	21,94	8,87	18,67	9,21

* Escore das médias de cada dimensão

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O test-t independente mostrou que, em média, os consumidores do gênero masculino em relação ao gênero feminino, não apresentam diferença estatística de IMC ($t(253) -0,956$; $p=0,340$). Quando testamos por gênero e tipo de comportamento, percebeu-se que para o comportamento emocional ($t(256) 0,363$; $p=0,000$) e restritivo ($t(256) 0,284$; $p=0,005$) existe diferença estatística com $p<0,05$. No entanto não existem diferenças de tipos de comportamentos por gênero em relação ao comportamento externo ($t(256) -0,395$; $p=0,693$) com $p>0,05$.

Por fim, na Tabela 16 apresentamos o perfil do comportamento por estilo de ingestão alimentar complementado os dados apresentados acima.

Tabela 16 – Perfil do comportamento alimentar

Perfil do comportamento alimentar (N=256)		
Categorias	Respostas	Perc
Emocional		
Nunca	972	29,2%
Raramente	925	27,8%
Às vezes	750	22,5%
Frequentemente	353	10,6%
Muito frequentemente	328	9,9%
Externo		
Nunca	252	9,8%
Raramente	465	18,2%
Às vezes	850	33,2%
Frequentemente	553	21,6%
Muito frequentemente	440	12,2%
Restritivo		
Nunca	360	14,1%
Raramente	467	18,2%
Às vezes	776	30,3%
Frequentemente	556	21,7%

Muito frequentemente	401	15,7%
----------------------	-----	-------

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

4.3.3 Bem-estar alimentar subjetivo

Quanto aos itens relacionados ao bem-estar geral a maçã recebeu os maiores escores médios nos dois itens “É bom para o bem-estar” e “Me faz sentir bem”, seguida o *Whey protein* no item “É bom para o bem-estar”.

Como esperado, maçã e *Whey protein* apresentaram o maior escore de média de pontuações nos itens relacionados à saúde física (É bom para minha saúde, É nutritivo, Isso me ajuda a controlar meu peso, Isso me mantém em forma, Isso me mantém saudável, Isso me dá energia), e o *Whey protein* no item “Isso me dá energia” apresentou escore de média maior que os outros dois alimentos conforme Tabela 17. No item “Me faz sentir saciado” o bolo de chocolate obteve a maior escore de média em relação a maçã e *Whey protein*.

Em relação à dimensão intelectual, *Whey protein*, recebeu alto escore de média de pontuação no item “Isso me mantém alerta”, nos demais itens dessa dimensão a maçã recebeu os maiores escores de médias. No entanto *Whey protein* comparado ao bolo de chocolate recebeu maiores médias em todos os itens.

Como esperado, na dimensão emocional, o bolo de chocolate obteve os maiores escores de médias de pontuação, exceto para item “Me deixa triste”, neste item, o suplemento recebeu o maior escore de média de pontuação. O bolo de chocolate também recebeu as maiores escores de médias de pontuação na dimensão social nos itens (É bom para compartilhar com a família, Faz com que eu me sinta conectado aos outros, É bom para compartilhar com amigos). Ainda na dimensão social, nos itens “Melhora o que os outros pensam de mim” e “Isso me faz sentir apoiado por outros”, a maçã recebeu as maiores médias.

As relações ente os itens da dimensão do bem-estar espiritual são pequenas, exceto para o item “Me faz sentir mais perto da natureza”, e a maçã foi o item que recebeu as maiores pontuações em todos os itens da dimensão.

Por tudo isso, esperou-se que os itens alimentares diferissem em sua influência sobre os diferentes aspectos do bem-estar, conforme resumido em Tabela 17.

Tabela 17 – Média dos 31 itens do questionário de bem-estar alimentar

Médias por itens

DIMENSÃO	CÓDIGOS	ITEM BEM-ESTAR	Médias	p
GERAL	B_GRAL_1_M B_GRAL_1_BC B_GRAL_1_W	1. É bom para o bem-estar Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	6,09 3,55 4,47	0,009 0,000 0,000
	B_GRAL_2_M B_GRAL_2_BC B_GRAL_2_W	2. Me faz sentir bem Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	5,55 4,79 4,19	0,002 0,000 0,000
FÍSICA	B_FIS_1_M B_FIS_1_BC B_FIS_1_W	3. É bom para minha saúde Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	6,49 2,77 4,62	0,000 0,000 0,000
	B_FIS_2_M B_FIS_2_BC B_FIS_2_W	4. É nutritivo Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	6,44 2,71 4,84	0,001 0,007 0,000
	B_FIS_3_M B_FIS_3_BC B_FIS_3_W	5. Me faz sentir saciado Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,41 4,61 4,41	0,000 0,000 0,000
	B_FIS_4_M B_FIS_4_BC B_FIS_4_W	6. Isso me ajuda a controlar meu peso Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	5,98 1,98 4,58	0,000 0,000 0,000
	B_FIS_5_M B_FIS_5_BC B_FIS_5_W	7. Isso me mantém em forma Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	5,81 2,06 4,82	0,000 0,000 0,000
	B_FIS_6_M B_FIS_6_BC B_FIS_6_W	8. Isso me mantém saudável Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	6,22 2,33 4,69	0,000 0,000 0,000
	B_FIS_7_M B_FIS_7_BC B_FIS_7_W	9. Isso me dá energia Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	5,04 4,17 5,05	0,000 0,000 0,000
	INTELECTUAL	B_INTEC_1_M B_INTEC_1_BC B_INTEC_1_W	10. Isso me mantém alerta Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,26 3,79 4,39
B_INTEC_2_M B_INTEC_2_BC B_INTEC_2_W		11. Além disso, melhora meu desempenho mental Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	5,03 3,61 4,23	0,000 0,000 0,000
B_INTEC_3_M B_INTEC_3_BC B_INTEC_3_W		12. Melhora minha memória Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,53 3,19 3,85	0,000 0,000 0,000
B_INTEC_4_M B_INTEC_4_BC B_INTEC_4_W		13. Isso me ajuda a concentrar Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,36 3,48 3,76	0,000 0,000 0,000
B_INTEC_5_M B_INTEC_5_BC B_INTEC_5_W		14. Isso me faz pensar com clareza Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,17 3,34 3,64	0,000 0,000 0,000
EMOCIONAL	B_EMOCI_1_M B_EMOCI_1_BC B_EMOCI_1_W	15. Isso me faz sentir calmo e relaxado Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,30 4,55 3,72	0,000 0,000 0,000

	B_EMOCI_2_M B_EMOCI_2_BC B_EMOCI_2_W	16. Me faz sentir culpado Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	1,95 4,48 2,68	0,676 0,000 0,000
	B_EMOCI_3_M B_EMOCI_3_BC B_EMOCI_3_W	17. Isso me dá prazer Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,51 5,51 4,01	0,000 0,000 0,000
	B_EMOCI_4_M B_EMOCI_4_BC B_EMOCI_4_W	18. Isso me deixa animado Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,26 5,01 4,07	0,000 0,000 0,000
	B_EMOCI_5_M B_EMOCI_5_BC B_EMOCI_5_W	19. Sinto-me satisfeito Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,62 4,94 4,38	0,000 0,000 0,000
	B_EMOCI_6_M B_EMOCI_6_BC B_EMOCI_6_W	20. Me deixa triste Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	2,19 2,25 2,56	0,167 0,012 0,000
	B_EMOCI_7_M B_EMOCI_7_BC B_EMOCI_7_W	21. Me faz feliz Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,58 5,21 4,03	0,000 0,000 0,000
SOCIAL	B_SOCI_1_M B_SOCI_1_BC B_SOCI_1_W	22. É bom para compartilhar com a família Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,78 5,73 3,21	0,000 0,000 0,000
	B_SOCI_2_M B_SOCI_2_BC B_SOCI_2_W	23. Faz com que eu me sinta conectado aos outros Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	3,51 4,36 3,34	0,000 0,000 0,000
	B_SOCI_3_M B_SOCI_3_BC B_SOCI_3_W	24. Melhora o que os outros pensam de mim Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	3,74 2,93 3,55	0,000 0,000 0,000
	B_SOCI_4_M B_SOCI_4_BC B_SOCI_4_W	25. Isso me faz sentir apoiado por outros Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	3,61 2,86 3,46	0,000 0,000 0,000
	B_SOCI_5_M B_SOCI_5_BC B_SOCI_5_W	26. É bom para compartilhar com amigos Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,30 5,29 3,34	0,000 0,000 0,000
ESPIRITUAL	B_ESPIT_1_M B_ESPIT_1_BC B_ESPIT_1_W	27. Isso torna minha vida mais próxima do meu ideal Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	5,21 3,13 4,36	0,000 0,000 0,000
	B_ESPIT_2_M B_ESPIT_2_BC B_ESPIT_2_W	28. Me faz sentir mais perto da natureza Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	5,19 2,40 2,81	0,000 0,000 0,000
	B_ESPIT_3_M B_ESPIT_3_BC B_ESPIT_3_W	29. Isso me dá um sentimento de gratidão Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,25 3,79 3,41	0,000 0,000 0,000
	B_ESPIT_4_M B_ESPIT_4_BC B_ESPIT_4_W	30. Isso me dá paz interior Maçã Bolo de chocolate Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	4,04 3,73 3,43	0,000 0,000 0,000

		31. É bom para minha alma		
	B_ESPIT_5_M	Maçã	4,01	0,000
	B_ESPIT_5_BC	Bolo de chocolate	3,64	0,000
	B_ESPIT_5_W	Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	3,37	0,000

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Em relação aos escores das médias entre os gêneros, percebeu-se que tanto o gênero feminino como masculino têm grandes preocupações com bem-estar físico, obtendo as maiores médias de pontuação. E os homens (94,27) tem maior preocupação com bem-estar físico que as mulheres (94,06), no entanto quanto bem-estar emocional, as mulheres (84,36) tem uma preocupação maior em relação aos homens (83,22). Os dados podem ser observados na Tabela 18.

Percebeu-se em relação aos gêneros que mesmo ambos os gêneros terem maior média no bem-estar físico e emocional. De acordo com o test-t independente as diferenças obtidas entre as média dos consumidores do gênero masculino em relação ao gênero feminino, não apresentam diferença estatística em nenhuma dimensão de bem-estar: bem-estar geral (t(256) 0,924; p=0,357); bem-estar físico (t(256) -0,84; p=0,933); bem-estar intelectual (t(256) 0,615 p=0,539); bem-estar emocional (t(256) 0,464 p=0,643); bem-estar social (t(256) -0,791 p=0,430); bem-estar espiritual (t(256) 0,006 p=0,995);

Tabela 18 – Valores da média, mediana, assimetria e curtose do Bem-estar alimentar subjetivo
Valores da média e mediana do bem-estar alimentar subjetivo

Categorias	Média*	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Mediana	Feminino	Masculino
						Média*	Média*
Geral	28,66	6,07	-0,538	0,697	29,00	28,94	28,23
Físico	94,14	19,07	-1,017	1,812	97,00	94,06	94,27
Intelectual	59,69	18,01	-0,546	0,480	62,00	60,25	58,83
Emocional	83,91	19,24	-0,872	1,836	88,00	84,36	83,22
Social	58,09	20,17	-0,227	-0,612	60,50	57,29	59,34
Espiritual	56,82	20,17	-0,332	-0,649	61,00	56,82	56,81

* Escore das médias de cada dimensão

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Por fim, ao realizar ANOVA e comparar a escala de bem-estar alimentar subjetivo com escala de comportamento alimentar percebeu-se que não houve diferença estatística entre os comportamentos e dimensões de bem-estar com $p > 0,05$, exceto para bem-estar físico com comportamento emocional a qual o $p = 0,027$, existindo diferença entre eles conforme observado tabela 19.

Tabela 19 – Bem-estar alimentar subjetivo em comparação comportamento alimentar

Bem-estar alimentar x Comportamento alimentar			
Categorias	Comportamento Emocional	Comportamento Externo	Comportamento Restritivo
Geral	0,47	0,70	0,70
Físico	0,02	0,76	0,98
Intelectual	0,11	0,16	0,37
Emocional	0,10	0,24	0,74
Social	0,43	0,10	0,78
Espiritual	0,41	0,10	0,87

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

4.4 ANÁLISES ADICIONAIS

Pretendeu-se estudar grupos de praticantes de atividade física e consumidores de suplementos de acordo com seu nível de bem-estar alimentar. Para tal foi necessário recorrer a uma análise de Clusters para agrupar um determinado número de dados em classes com semelhanças entre si. Utilizou-se o *K-means* com objetivo de minimizar a distância euclidiana no centro dos clusters e encontrar grupos homogêneos.

No processo de formulação dos clusters de praticantes de atividade física consumidores de suplementos alimentares, alguns níveis de bem-estar alimentar subjetivo foram criados. Cada um dos níveis continha um número diferente de clusters e o número de indivíduos da base presente em cada um desses clusters. Foram formulados níveis com dois, três e quatro clusters. Por juízo de valor, optou-se pela opção de se trabalhar com 4 clusters de consumidores praticantes de atividade física, uma vez que a distribuição com dois clusters estava concentrada principalmente no primeiro cluster (163 participantes no cluster 1 e 93 no cluster 2). Com três clusters, um novo grupo de participantes foi formado, dividindo os participantes em 76 para o primeiro cluster, 104 para o segundo e 76 para o terceiro. Com quatro clusters, melhor distribuído, um novo grupo de participantes foi formado, dividindo os participantes em 42 para o primeiro cluster, 87 para o segundo e 69 para o terceiro e 58 para o quarto clusters.

Os dados das médias e desvio padrão da avaliação das dimensões de bem-estar feita pelos praticantes de atividade física e consumidor de suplementos, agora já divididos entre os quatro clusters, podem ser encontrados na tabela 20.

Tabela 20 – Estatísticas descritivas dos Clusters

Estatísticas descritivas dos Clusters					
DIMENSÃO	CÓDIGOS	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4

		(N=42)	(N=87)	(N=69)	(N=58)
% do Total		16%	34%	27%	23%
		Média DP	Média DP	Média DP	Média DP
GERAL	B_GRAL_1_M	6,42 1,13	6,09 1,33	6,32 0,98	5,60 1,88
	B_GRAL_1_BC	3,09 2,13	4,23 1,88	3,77 1,92	2,64 1,89
	B_GRAL_1_W	5,90 1,90	3,52 1,56	5,45 1,22	3,71 1,84
	B_GRAL_2_M	6,26 1,11	5,61 1,42	5,33 1,69	5,09 1,95
	B_GRAL_2_BC	4,21 2,16	5,19 1,68	5,51 1,65	3,78 2,09
	B_GRAL_2_W	5,98 1,24	2,93 1,62	5,26 1,30	3,52 2,10
FÍSICA	B_FIS_1_M	6,83 0,49	6,60 0,78	6,78 0,54	5,74 1,94
	B_FIS_1_BC	2,83 1,97	3,21 1,65	2,84 1,64	1,98 1,36
	B_FIS_1_W	6,21 0,92	3,48 1,41	5,81 1,19	3,79 1,90
	B_FIS_2_M	6,66 0,82	6,46 0,99	6,69 0,84	5,96 1,94
	B_FIS_2_BC	2,55 1,90	3,18 1,57	2,65 1,69	2,20 1,74
	B_FIS_2_W	6,28 0,89	3,81 1,54	5,93 1,15	4,07 2,07
	B_FIS_3_M	5,67 1,41	4,87 1,86	3,59 2,00	3,79 2,40
	B_FIS_3_BC	4,19 2,25	5,12 1,71	5,17 1,76	3,53 2,17
	B_FIS_3_W	6,00 1,25	3,52 1,64	5,35 1,52	3,47 2,20
	B_FIS_4_M	6,62 0,70	6,02 1,24	6,35 1,15	5,05 2,27
	B_FIS_4_BC	2,14 1,82	2,44 1,51	1,77 1,14	1,45 1,01
	B_FIS_4_W	6,43 0,80	3,50 1,45	5,78 1,35	3,47 2,06
	B_FIS_5_M	6,52 0,74	5,83 1,48	6,33 1,12	4,64 2,43
	B_FIS_5_BC	2,14 1,57	2,60 1,50	1,96 1,34	1,34 0,76
	B_FIS_5_W	6,52 0,77	3,70 1,41	6,05 1,04	3,83 2,28
	B_FIS_6_M	6,69 0,81	6,30 1,02	6,68 0,65	5,24 2,21
	B_FIS_6_BC	2,28 1,99	2,86 1,49	2,24 1,51	1,70 1,19
	B_FIS_6_W	6,35 0,87	3,50 1,30	6,01 1,10	3,70 2,14
	B_FIS_7_M	6,26 1,30	5,41 1,47	4,87 1,77	3,82 2,39
	B_FIS_7_BC	3,57 2,24	4,96 1,61	4,63 2,08	2,89 2,13
	B_FIS_7_W	6,64 0,61	4,30 1,52	6,13 1,07	3,74 2,22
INTELECTUAL	B_INTEC_1_M	5,35 1,80	4,90 1,53	3,69 1,79	3,17 2,22
	B_INTEC_1_BC	3,62 2,37	4,56 1,71	3,95 2,06	2,56 1,99
	B_INTEC_1_W	5,95 1,50	3,93 1,54	5,07 1,68	3,15 2,10
	B_INTEC_2_M	6,33 1,00	5,39 1,31	5,03 1,63	3,59 2,39
	B_INTEC_2_BC	3,26 2,14	4,29 1,71	4,17 1,77	2,19 1,57
	B_INTEC_2_W	6,09 1,10	3,55 1,39	4,98 1,50	3,03 2,05

	B_INTEC_3_M	5,90	1,18	5,03	1,52	4,50	1,50	2,83	2,02
	B_INTEC_3_BC	2,83	1,93	3,83	1,44	3,67	1,48	1,94	1,39
	B_INTEC_3_W	5,66	1,37	3,62	1,29	4,35	1,34	2,33	1,74
	B_INTEC_4_M	5,78	1,57	5,01	1,41	4,03	1,50	2,78	2,00
	B_INTEC_4_BC	3,26	2,07	4,17	1,68	4,01	1,49	1,97	1,50
	B_INTEC_4_W	5,78	1,31	3,56	1,26	4,23	1,36	2,03	1,52
	B_INTEC_5_M	5,64	1,57	4,74	1,45	3,90	1,51	2,57	1,91
	B_INTEC_5_BC	3,33	2,14	4,06	1,58	3,74	1,40	1,81	1,38
	B_INTEC_5_W	5,74	1,34	3,52	1,20	3,91	1,29	1,98	1,39
EMOCIONAL	B_EMOCI_1_M	5,86	1,42	4,98	1,29	3,90	1,72	2,67	1,94
	B_EMOCI_1_BC	4,40	2,38	5,07	1,44	5,11	1,64	3,20	2,12
	B_EMOCI_1_W	6,09	1,07	3,53	1,28	3,88	1,51	2,10	1,36
	B_EMOCI_2_M	2,16	2,16	2,02	1,43	1,84	1,34	1,84	1,60
	B_EMOCI_2_BC	5,16	2,43	4,13	2,01	5,24	1,92	3,62	2,55
	B_EMOCI_2_W	2,38	2,11	3,61	1,53	2,23	1,44	2,05	1,60
	B_EMOCI_3_M	5,71	1,61	5,11	1,34	4,03	1,87	3,33	2,15
	B_EMOCI_3_BC	5,05	2,29	5,80	1,28	6,39	1,03	4,36	2,32
	B_EMOCI_3_W	6,21	1,27	3,57	1,28	4,35	1,77	2,70	2,00
	B_EMOCI_4_M	5,81	1,59	4,76	1,54	3,78	1,72	2,98	2,04
	B_EMOCI_4_BC	5,24	2,24	5,27	1,57	5,58	1,63	3,81	2,36
	B_EMOCI_4_W	6,21	1,14	3,50	1,34	4,78	1,67	2,51	1,84
	B_EMOCI_5_M	6,00	1,24	5,24	1,26	3,90	1,85	3,55	2,23
	B_EMOCI_5_BC	4,66	2,25	5,40	1,40	5,71	1,42	3,55	2,07
	B_EMOCI_5_W	6,19	1,15	3,79	1,40	5,42	1,47	2,74	2,03
	B_EMOCI_6_M	2,40	2,02	2,04	1,47	2,50	1,93	1,89	1,68
	B_EMOCI_6_BC	2,95	2,49	2,28	1,60	2,20	1,72	1,74	1,53
	B_EMOCI_6_W	2,40	2,14	3,33	1,66	2,20	1,49	1,97	1,74
	B_EMOCI_7_M	5,90	1,50	5,16	1,41	4,33	1,82	3,08	2,05
	B_EMOCI_7_BC	5,38	2,02	5,58	1,47	5,90	1,26	3,72	2,26
	B_EMOCI_7_W	6,19	1,15	3,42	1,33	4,88	1,53	2,38	1,77
SOCIAL	B_SOCI_1_M	6,50	0,86	5,47	1,70	4,29	2,22	3,12	2,31
	B_SOCI_1_BC	5,95	1,75	5,78	1,43	6,48	0,93	4,62	2,29
	B_SOCI_1_W	4,95	2,18	3,28	1,49	3,14	2,00	1,91	1,38
	B_SOCI_2_M	5,57	1,68	4,03	1,76	3,32	1,63	1,50	1,04
	B_SOCI_2_BC	5,50	1,90	4,62	1,93	5,25	1,72	2,10	1,89
	B_SOCI_2_W	5,57	1,62	3,31	1,39	3,53	1,65	1,55	1,21
B_SOCI_3_M	5,83	1,50	3,80	2,08	3,97	2,12	1,86	1,63	
B_SOCI_3_BC	3,93	2,17	3,11	1,71	3,29	1,91	1,52	1,30	

	B_SOCI_3_W	5,95 1,45	3,03 1,68	4,16 2,03	1,88 1,63
	B_SOCI_4_M	5,64 1,69	3,67 2,07	4,04 1,81	1,55 1,17
	B_SOCI_4_BC	3,71 1,95	2,96 1,61	3,48 1,69	1,38 0,91
	B_SOCI_4_W	5,67 1,51	3,07 1,68	4,20 1,75	1,60 1,31
	B_SOCI_5_M	5,95 1,40	4,97 1,69	4,03 2,19	2,47 2,08
	B_SOCI_5_BC	5,28 2,00	5,33 1,78	6,25 1,06	4,12 2,47
	B_SOCI_5_W	5,50 1,76	3,25 1,43	3,38 2,03	1,90 1,63
ESPIRITUAL	B_ESPIT_1_M	6,71 0,60	5,17 1,93	5,84 1,54	3,43 2,41
	B_ESPIT_1_BC	3,33 2,36	3,66 1,76	3,34 1,78	1,93 1,44
	B_ESPIT_1_W	6,52 0,74	3,26 1,56	5,85 1,27	2,67 2,07
	B_ESPIT_2_M	6,59 1,10	5,34 1,63	5,79 1,46	3,22 2,37
	B_ESPIT_2_BC	2,40 1,91	2,85 1,49	2,56 1,39	1,57 1,08
	B_ESPIT_2_W	4,64 2,21	2,66 1,47	3,04 1,71	1,43 0,97
	B_ESPIT_3_M	6,52 1,06	4,70 1,83	4,61 1,85	1,51 1,23
	B_ESPIT_3_BC	4,29 2,48	4,59 1,83	4,50 2,04	1,41 1,12
	B_ESPIT_3_W	5,95 1,62	3,06 1,43	4,11 1,72	1,25 0,71
	B_ESPIT_4_M	6,23 1,22	4,45 1,78	4,20 2,02	1,67 1,49
	B_ESPIT_4_BC	4,28 2,35	4,37 1,75	4,36 1,94	1,63 1,44
	B_ESPIT_4_W	5,79 1,52	3,24 1,32	4,11 1,77	1,22 0,70
	B_ESPIT_5_M	6,17 1,28	4,36 1,87	4,29 1,86	1,62 1,32
	B_ESPIT_5_BC	3,88 2,28	4,16 1,88	4,39 1,99	1,79 1,67
	B_ESPIT_5_W	5,64 1,66	3,09 1,40	4,00 1,60	1,40 1,12

DP=Desvio Padrão

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

De acordo com os dados das médias e desvio padrão da avaliação das dimensões de bem-estar feita pelos praticantes de atividade física e consumidor de suplementos, apresentados acima, pode-se resumir segundo cada dimensão por cluster:

Bem-estar Geral:

- Cluster 1: caracterizado pelos maiores índices de média nos 3 alimentos dentre os outros 3 clusters. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem o consumo de maçã.
- Cluster 2: Caracterizado pelo índice intermediário de média entre o cluster 1 e

cluster 3. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem maçã e bolo de chocolate.

- Cluster 3: Caracterizado pelo índice moderado de média. Os participantes avaliaram muito bem os três alimentos.
- Cluster 4: Caracterizado pelos piores índices de média de bem-estar para os alimentos bolo de chocolate e *whey*.

Bem-estar Físico:

- Cluster 1: caracterizado pelos maiores índices de média nos 3 alimentos dentre os outros 3 clusters. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem o consumo de maçã e *Whey*.
- Cluster 2: Caracterizado pelo índice intermediário de média entre o cluster 1 e cluster 3. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem maçã e *Whey*.
- Cluster 3: Caracterizado pelo índice moderado de média. Os participantes avaliaram muito bem maçã.
- Cluster 4: Caracterizado pelos piores índices de média de bem-estar para os três alimentos, principalmente o bolo de chocolate.

Bem-estar Intelectual:

- Cluster 1: caracterizado pelos maiores índices de média nos 3 alimentos dentre os outros 3 clusters. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem o consumo de maçã e *Whey*
- Cluster 2: Caracterizado pelo índice moderado de média. Os participantes avaliaram muito bem maçã e bolo de chocolate.
- Cluster 3: Caracterizado pelo índice intermediário de média entre o cluster 1 e cluster 2. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem maçã e *Whey*.
- Cluster 4: Caracterizado pelos piores índices de média de bem-estar para os três alimentos, principalmente o bolo de chocolate.

Bem-estar Emocional:

- Cluster 1: caracterizado pelos maiores índices de média nos 3 alimentos dentre

os outros 3 clusters. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem o consumo dos três alimentos.

- Cluster 2: Caracterizado pelo índice intermediário de média entre o cluster 1 e cluster 3. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem bolo de chocolate.
- Cluster 3: Caracterizado pelo índice moderado de média. Os participantes avaliaram muito bem bolo de chocolate.
- Cluster 4: Caracterizado pelos piores índices de média de bem-estar para os três alimentos, com índices maiores para o bolo de chocolate.

Bem-estar Social:

- Cluster 1: caracterizado pelos maiores índices de média nos 3 alimentos dentre os outros 3 clusters. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem o consumo dos três alimentos.
- Cluster 2: Caracterizado pelo índice intermediário de média entre o cluster 1 e cluster 3. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem maçã e bolo de chocolate.
- Cluster 3: Caracterizado pelo índice moderado de média. Os participantes avaliaram muito bem bolo de chocolate e *Whey*.
- Cluster 4: Caracterizado pelos piores índices de média de bem-estar para os três alimentos, com índices menores para o *Whey*.

Bem-estar Espiritual:

- Cluster 1: caracterizado pelos maiores índices de média nos 3 alimentos dentre os outros 3 clusters. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem o consumo de maçã e *Whey*.
- Cluster 2: Caracterizado pelo índice intermediário de média entre o cluster 1 e cluster 3. Os participantes desse cluster avaliaram muito bem maçã e bolo de chocolate.
- Cluster 3: Caracterizado pelo índice moderado de média. Os participantes avaliaram muito bem maçã.
- Cluster 4: Caracterizado pelos piores índices de média de bem-estar para os três

alimentos, com índices maiores para maçã.

O test de Post Hoc de comparações múltiplas de Tukey demonstrou que houve diferença estatística entre os clusters e as dimensões do bem-estar alimentar, indicando a importância desse nível de bem-estar com $p < 0,05$.

Por fim, percebeu-se em todas as dimensões que o Cluster 1 obteve significativamente alto nível de bem-estar, indicando que as pessoas desse cluster são as que têm um melhor bem-estar e buscam uma melhor qualidade de vida. Quanto ao gênero percebeu-se uma paridade nesse cluster com 21 participantes para cada gênero, estando a renda concentrada em 3 a 5 salários mínimos. O cluster 2 foi significativamente alto/médio (intermediário) nível de bem-estar alimentar, foi neste cluster que observou-se a maior concentração do gênero feminino com 56 para 29 do masculino, aqui a renda ficou concentra de 3 a 5 salários mínimos, seguida de 6 a 9 salários mínimos.

O cluster 3 foi médio (moderado) nível de bem-estar alimentar, existindo uma concentração do gênero feminino com 40 em relação ao masculino com 29 participantes, com concentração de renda de 3 a 5 salários mínimos, seguida de 6 a 9 salários mínimos. E por fim, o Cluster 4 foi significativamente o que teve o menor nível de bem-estar alimentar, o gênero feminino também teve maior concentração nesse cluster com 37 para 21 do gênero masculino. A concentração de renda ficou de 3 a 5 salários mínimos seguida da acima de 10 salários, dados que podem ser observados na tabela 21.

Tabela 21 –Cluster por gênero, renda e estado civil

Cluster	Feminino	Masculino	Renda	Estado Civil
1	21	21	3 a 5 salários	Solteiro
2	58	29	3 a 5 salários	Casado
3	40	29	3 a 5 salários	Solteiro
4	37	21	3 a 5 salários	Casado
	N= 156	N=100		

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Verificou-se também nesses grupos se podia existir alguma diferença de gênero, renda, escolaridade e estado civil. Em relação ao gênero observou –se uma paridade no Cluster 1, e nos demais clusters o gênero feminino predominou. Isto pode indicar uma tendência de que as mulheres apresentam um índice de bem-estar maior que os homens.

Quando analisou-se os clusters por estado civil, percebeu-se que no cluster 1 e 3 estão concentrado os solteiros e no cluster 2 e 4 estão concentrado os casados.

Na escolaridade, observou-se que o cluster 1 e 3 continha uma concentração de solteiros com curso superior e pós graduação *Lato sensu*. No cluster 2 formado por casados, a concentração foi com Mestrado e Doutorado. O cluster 4 de menor nível de bem-estar, foi concentrado com casados e com escolaridade com pós graduação *Lato sensu* seguida da segunda concentração com Mestrado e doutorado. Indicando que os casados estão com nível intermediário e baixo nível de bem-estar apesar de terem o maior nível de escolaridade e uma maior concentração de renda.

Por fim, o panorama geral é positivo ao analisar o bem-estar alimentar subjetivo, mas salienta-se a existência de grupos com baixo nível de bem-estar alimentar, ou seja, grupos em que a qualidade de vida e o bem-estar estão diminuídos.

4.5 REFLEXÕES SOBRE A PESQUISA TRANSFORMATIVA DO CONSUMIDOR – TCR

Em 2009, bem-estar alimentar foi proposto durante a segunda Conferência de Pesquisa Transformativa do Consumidor (TCR), na qual os pesquisadores propuseram uma mudança de paradigma do “modelo normativo paternalista e atual da relação entre comida e saúde” para um foco em Bem-Estar Alimentar (BLOCK *et al.*, 2011, p. 5).

Já Batat *et al.* (2016), na quinta conferência da TCR em 2015, buscaram trabalhar em “sistema alternativo de “alimentação” e exploraram os significados por trás do consumo alternativo de alimentos (AFC) por duas lentes: pré e pós estrutural. Visto pelas lentes de ser pré estrutural, a ênfase da AFC foi colocada na palavra alternativa, no consumo projetado para significar resistência à ordem social, ou seja, o objetivo principal do consumidor é não participar das convenções convencionais e, como consequência disso, eles constroem uma identidade fora de seu grupo sociocultural dominante. Já nas lentes de ser pós-estrutural o indivíduo aspira adotar uma identidade dentro das estruturas normativas do grupo alternativo, podendo simbolizar uma aspiração por coesão social, ou seja, não resistência (BATAT *et al.*, 2016). Pergunta-se, será se esse consumo de S.A. nos praticantes de atividade física não seria uma “nova onda” de alimentação alternativa? Tornando-se um problema a ser vivenciado pela população futuramente.

Pensando nisso, e na perspectiva de Mick *et al.* (2012), em que os sérios problemas vivenciados pela população mundial pedem por uma nova onda de estudos sobre consumo. Percebeu-se que a produção de um conhecimento prático é fundamental, com ênfase no bem-estar do consumo por meio do desenvolvimento de estudos relevantes capazes de promover

soluções imediatas. Diante disso, nossa pesquisa alinhada ao movimento da TCR buscou caracterizar o comportamento e o bem-estar alimentar dos praticantes de atividade física consumidores de suplementos alimentares alinhados a Bublitz *et al.* (2013) e Ares *et al.* (2016).

Segundo Bublitz *et al.* (2013) o bem-estar alimentar é visualizado como um *continuum*, que permite reconhecer que pequenos avanços podem impactar positivamente o bem-estar do consumidor e levar a mudanças, dados percebidos ao longo dos nossos resultados com a indicação de nutricionistas e médicos para consumo de suplementos alimentares. Já Ares *et al.* (2016) enfatizaram as contribuições positivas e holísticas que os alimentos poderiam dar ao bem-estar do consumidor, fato também percebidos em nossa pesquisa com consumo de maçã, bolo de chocolate e *Whey Protein*.

Percebeu-se que apesar dos praticantes de atividade física buscarem bem-estar físico, o comportamento emocional está muito influente no gênero feminino, confirmado pela diferença estatística e influência do peso. De forma geral os praticantes de atividade física ainda buscam comportamento por estilo alimentar externo, mesmo procurando nutricionista para orientação alimentar e consumo de suplemento. Podendo, perceber segundo Ares *et al.* (2016) que o bem-estar pode ser o resultado de um estado somático, que envolve fatores relacionados à saúde física, estados emocionais, apoio social, espiritual e estímulos intelectuais. Fatos observados pela escolhas alimentares para a dimensão do bem-estar.

Também deve-se atentar segundo Grunert *et al.* (2007) que a comida é um dos aspectos específicos da vida que afetam o bem-estar subjetivo. E partindo dos nossos resultados, pode-se indicar como medida para diminuir o comportamento por ingestão externa, uma reeducação alimentar. Dada a importância à saúde física, sugere-se à procura por alimentos mais saudáveis na busca do bem-estar, pois conforme Guillemin *et al.* (2016), os alimentos são importantes para prevenção de doenças crônicas e para saúde dos indivíduos.

Por isso, na busca de entender os estilos alimentares, conforme encontrado na nossa pesquisa com estilo alimentar externo. Será preciso entender as enfermidades advindas do excessos ou das deficiências de nutrientes, para isso, é necessário se observar além das abordagens técnico-científicas sobre o valor nutricional dos alimentos, é preciso observar a diversidade sociocultural alimentar, dentre outros aspectos (FREITAS; MINAYO; FONTES, 2011).

Com isso, o comportamento alimentar e o bem-estar alimentar dos praticantes de atividade física e consumidores de suplementos, ao se apropriarem da contribuição teórica advinda da Pesquisa Transformativa do Consumidor, podem elaborar ofertas que permitirão algum grau de melhoria no comportamento e no bem-estar alimentar desses consumidores.

Percebeu-se em ambos os casos que a Pesquisa Transformativa do Consumidor, o comportamento e bem-estar alimentar se complementam perfeitamente no que tange ao aspecto de intervenção da pesquisa colaborativa, pois elas caminham para mesma direção, a busca do bem-estar e a melhor qualidade de vida.

Diante disso, e considerando que há seis diretrizes para o desenvolvimento de estudos transformativos: promover o bem-estar; promover a diversidade de paradigmas; empregar teorias e métodos rigorosos; evidenciar contextos socioculturais e situacionais; formar parcerias com consumidores e pesquisadores; e divulgar os resultados. E a partir do que foi encontrado nos resultados deste estudo, buscou-se divulgar os resultados diretamente aos interessados, em conformidade com o processo de pesquisa transformativa (vide Quadro 7 e 8).

Além de todas as etapas citadas acima, tem - se como papel da TCR, ajudar na qualidade de vida e na mudança de comportamento de consumo inadequados, conforme Quadro 8.

Quadro 8 – Papel da TCR X Papel da pesquisa com a TCR

Diretrizes	Papel TCR	Papel da nossa pesquisa com TCR
Conhecimento Prático	Busca a aplicação da razão para aprimoramento da sabedoria prática que inclui conhecimento, compreensão, o desejo e o esforço de ver a real necessidade de ajudar e resolver problemas de forma prática.	Conhecer os tipos de consumos, as práticas de atividade física, os estilo de comportamento (externo, restritivo ou emocional) e o bem-estar alimentar dos praticantes de atividade física e consumidores de S.A.
Contribuições Teóricas	Precisam olhar para além do problema substantivo que eles estão abordando e reconceitualizar o problema em um nível mais abstrat.	Ajudar a desenvolver políticas públicas, alertar para os riscos e contribuir com a teoria de bem-estar alimentar.
Agentes de Mudança Social	Devem seguir cinco direções como a pesquisa reveladora, pesquisa de política, pesquisa participativa, pesquisa de coalizão e pesquisa incendiária. Essas abordagens devem se ligar a diferentes agentes de mudança.	Pesquisa participativa, com parcerias com Nutricionistas e educadores físicos e comerciantes de suplementos alimentares.
Estratégias Alternativas de Comunicação	Devem atingir públicos de consumidores de acordo com sua necessidade e interesse e identificar múltiplos canais de informação e atrair a atenção dos consumidores em meio a inúmeras outras mordidas como jornais, programas de notícias e atualidades, revistas de estilo de vida e até mesmo linhas de história em programas de TV.	Publicação em periódicos de grande circulação, e publicação em mídias digitais em forma de charge.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Conforme o quadro acima, na diretriz do conhecimento prático buscou-se levantar o consumo de suplementos alimentares para tentar orientar e amenizar o problema de consumo

de S.A. sem orientação do profissional ou do seu consumo inadequado. Esse estudo torna-se essencial na pesquisa da TCR, principalmente porque o consumo de S.A. alinhados com comportamento e bem-estar alimentar se complementam, contribuindo para TCR e para mudanças comportamentais. Ao fazer parcerias com nutricionista buscou-se entender o tema, divulgar e orientar sobre consumo de suplementos e com as charges influenciar a substituição por uma alimentação saudável, além de conscientizar sobre o consumo e a indicação.

Outro aspectos de destaque da TCR deve ser a parceria entre governo e população, pois diante da necessidade de identificação de substâncias danosas à saúde, já que há muitas divulgações de vendas que prometem o que não devem ou escondem substâncias nos suplementos que não são permitidos pela ANVISA. O estabelecimento de parcerias com nutricionistas nesta pesquisa, beneficia não apenas os consumidores de suplementos, mas setores da Gestão Pública, que detém condições para o fomento de políticas de amplo alcance em prol da coletividade.

Nessa vertente de Gestão Pública, e de todo aparato de atribuições destinadas ao Estado, percebeu-se que mesmo com Legislação recente IN 28/2018 e IN 76/2020 (ANVISA, 2020), ainda existe a falta de fiscalização rígida, tanto para comercialização, consumo, divulgação de produtos, rotulagem, dentre outros problemas, apontando para fragilidades no tocante às políticas de consumo de suplementos alimentares.

Levando para a mudanças vinda pela TCR ofereceu-se cursos/palestras com Nutricionista sobre consumo de suplementos alimentares e alimentação saudável. Esse curso servirá para orientar e auxiliar na mudança comportamental alimentar, pois entender como os alimentos afetam o bem-estar dos consumidores cresceu, assim como cresceu a intenção de modificar os padrões alimentares (ARES *et al.*, 2014).

Poderá também ser oferecido curso/palestras sobre interpretação de rotulagem de suplementos alimentares para provocar a literácia e a mudança de comportamento quanto ao uso indevido e sem conhecimento, pois a busca de informações prévias sobre consumo de suplementos ajuda no contexto dos conflitos entre as diferentes perspectivas alimentares e o consumo de suplementos. Percebeu-se, que existe também a necessidade de melhorar a disposição das informações nos rótulos, apontando tanto para a necessidade de reestruturação em alguns aspectos do rótulo, tornando-os mais esclarecedores, quanto para o ambiente em que os suplementos são comercializados. Daí a necessidade dessa parceria com profissional habilitado da área para orientação.

Fortalecendo ainda os pressupostos da TCR na presente pesquisa, orienta-se os praticantes de atividade física e consumidores de suplementos alimentares da importância de

saber interpretar as informações dadas pelo nutricionais/médico, seja referente ao conteúdo nutricional ou para identificar e evitar substâncias danosas à saúde presentes nos suplementos alimentares, em prol do bem-estar alimentar, dados evidenciados nas Charges (Apêndice C).

Outro ponto destacado é a capacidade de adaptação do indivíduo à situações adversas a seu consumo alimentar, o que direciona à práticas transformativas. O hábito de praticar atividade física e consumir suplemento alimentar, configurou algumas das práticas adquiridas a partir da transformação do consumo, como foi percebido através do motivo para consumo de suplemento, que antes era para aumento de massa muscular com indicação de educador físico e amigos, e hoje é a busca da saúde por indicação médica para o consumo. Portanto, os participantes consomem S.A. juntamente com a prática de atividade física, na busca de melhor qualidade de vida e bem-estar, principalmente o bem-estar físico.

Percebe-se que as nove áreas de pesquisa resumidas por Davis e Pechmann (2013), são fundamentais, e o estudo do alimento para o pensamento na pesquisa dos autores são importantes para nossa pesquisa, tanto para que os resultados ofereçam soluções práticas para os sérios problemas humanos de como se sentem em relação ao consumo de alimentos como maçã, bolo de chocolate e *Whey protein*, como para mudanças comportamentais. Será que sentem um bem-estar sobre o consumo desses alimentos e de *Whey Protein*? Entendeu-se que os consumidores buscam experiências alimentares diferenciadas e sentem prazer nisso. Portanto, identificou-se na pesquisa a busca de bem-estar alimentar físico.

A vontade de comprar alimentos saudáveis diminui nos consumidores com baixos hábitos de atividade física, como também têm um valor emocional muito mais forte nos consumidores de alimento saudável (THOMÉ, PINHO e HOPPE, 2018). Percebeu-se que os participantes da nossa pesquisa têm uma elevada frequência de atividade física, comprovando a busca do bem-estar alimentar subjetivo com confirmação do bem-estar físico. No entanto, não verificou-se o consumo desses alimentos saudáveis, foi verificado apenas o consumo de suplementos nesses praticantes de atividade física, seu comportamento alimentar e o seu bem-estar alimentar, devendo-se ter uma maior atenção para futuras pesquisas.

Percebeu-se também que os praticantes de atividade de nossa pesquisa têm altos hábitos de práticas de atividade física pela frequência de treino e pelo tempo de prática diária, identificando um elevado consumo de S.A. entre o gênero feminino, principalmente de proteínas e aminoácidos. A TCR, nesse contexto, tem potencial para possibilitar “reflexões provocativas”, será se esse consumo pelo gênero feminino envolve apenas comportamento alimentar e bem-estar alimentar na prática de atividade física? Não estariam escondidos outros fatores para esse consumo, como estética, busca de corpo perfeito, dentre outros além da saúde?

A divulgação da charge, buscará trazer reflexões sobre o consumo de suplementos e como recebemos e utilizamos essas informações.

Por fim, a prática de atividade física ligada ao consumo de suplementos alimentares vêm provocando mudanças de comportamento e bem-estar alimentar, e a contribuições da Pesquisa Transformativa do Consumidor - TCR como movimento de nossa pesquisa acadêmico servirá para melhorar o bem-estar e seu impacto na sociedade visando mudanças positivas através de solução de problemas no mundo real (DAVIS, OZANNE, 2019).

Mick *et al.* (2012) argumentaram que a realização de pesquisas com abordagens paradigmáticas distintas são fundamentais para a pesquisa transformativa, desde que o público-alvo seja capaz de enfrentar os problemas sociais retratados. Dados evidenciados em nossa pesquisa.

5 DISCUSSÃO

A utilização de suplementos alimentares por praticantes de atividade física tem sido discutida em vários estudos sobre consumo em outras pesquisas no Brasil (ALMEIDA *et al.* 2009; ALBUQUERQUE, 2012; FRADE *et al.* 2016; OLIVEIRA, NOVAIS e SILVA, 2018; LUZ *et al.* 2019) e no mundo (LAWRENCE; KIRBY, 2002; ALONZO *et al.* 2019), existindo uma predominância do gênero masculino para consumo de suplementos e práticas de atividade física, ou seja, consumo de suplementos alimentares maior para o gênero masculino, divergindo da nossa pesquisa. No entanto, dados semelhantes ao nosso foram encontrados por French *et al.* (1999) na qual 79% eram do gênero feminino com IMC de 27,2 e também por Frey, Hoffmann e Heuer (2017) ao caracterizar usuários alemães de suplementos vitamínicos e minerais diferenciados por seus motivos para o uso de suplementos, na qual a predominância foi de 58% para o gênero feminino com IMC médio de 25,7.

Sabe-se que este fator de predominância masculina tem mudado, pois a mulher têm buscado cada vez mais à prática de atividade física e o consumo de suplementos, tornando esses dados equiparados entre os gêneros conforme pode ser observado por Frade *et al.* (2016) em que 50,6% eram do gênero masculino e 49,4 % feminino e em nossa pesquisa. Em nosso estudo percebeu-se também uma paridade no “estado civil” entre solteiro (46,9%) e casados (48,1%) e que 55,5% do total dos respondentes não tem filhos. Dados semelhantes foram encontrados por French *et al.* (1999) em que 48,4% eram casados.

Percebe-se que os diferentes aspectos socioculturais influenciam os hábitos e padrões do consumo alimentar e estão relacionados ao perfil nutricional do indivíduo (SILVA, PAIS-RIBEIRO, CARDOSO, 2008; KOSTER, 2009). Já percebidos por Oliveira e Thébaud-Mony (1997) com a busca de uma abordagem multidisciplinar que avaliaram aspectos econômicos, sociais, culturais e nutricionais da alimentação em diferentes contextos socioeconômicos. Talvez por isso o IMC dos nossos praticantes de atividade física tenham dado mais de 50% com sobrepeso e obesidade, apesar da maioria dos participantes serem acompanhados por nutricionistas e médicos.

Sabe-se que a renda assim como a educação são fatores sociais associados diretamente ao nível de atividade física (CRESPO *et al.*, 1999), pois segundo os autores, quanto maior o nível de educação e renda, maior é seu entendimento sobre à pratica de atividade física e a literácia sobre alimentação. Para Block *et al.* (2011) literácia alimentar é mais que conhecimento sobre alimentação e nutrição, pois envolve motivação para aplicar informações nutricionais, para fazer reflexões sobre alimentos, e uma mudança além do paradigma “alimento

como saúde”, focando na nutrição. Nesse sentido, em nossos resultados percebeu-se um elevado nível de educação (59%) com pós graduação *Lato sensu/Stricto sensu*, estando 68,8% empregados e com renda acima de 3 salários mínimos. Os nossos resultados são parecidos com encontrados por Siqueira (2009) na qual possuíam alto nível de escolaridade, e a maioria não tinham filhos e são trabalhadores ativos. Nosso resultados também são parecidos com Almeida *et al.* 2018.

Na literacia alimentar proposta por Block *et al.* (2011) a utilização dos conhecimentos disponíveis de forma adequada se insere como fundamental para que o indivíduo opte por decisões cada vez mais otimizadas. Nesse quesito, surge a importância da orientação de um profissional especializado como apoiador no quesito literacia alimentar, auxiliando a compreensão sobre o consumo de suplementos e alimentação em geral.

Com relação a indicação para o consumo de suplementos, um ponto relevante para saúde e nutrição dos praticantes de atividade física são os achados de nossa pesquisa, constatando que houve a indicação por profissional habilitado, ou seja, os dados de nossa pesquisa mostraram que a utilização de suplemento pelos participantes foi baseado por indicação de profissional habilitado, já que muitos estudos vem demonstrando um elevado consumo de suplementos sem orientação habilitada devida e sim por indicação de amigos, treinador e auto indicação como os estudos de Costa (2012), Oliveira, Novais e Silva (2018), Morosini e Koenhlein (2019).

Portanto, percebeu-se que a população tem buscado conhecimento sobre o consumo de suplementos com profissionais habilitados como nutricionistas e médicos, conforme demonstrado em nossa pesquisa e que uma das várias razões citadas como motivo para o uso de suplementos entre os praticantes de atividade física, foram: “para garantir minha saúde” (N=99), “para ter mais energia” (N=74), “para aumentar minha massa muscular” (N=67) e “para compensar deficiências da alimentação” (N=64). Corroborando com os dados de Frey, Hoffmann e Heuer (2017) ao caracterizar consumidores alemães de suplementos, e identificar que mais de 60% dos usuários do suplemento relataram o uso de suplementos para prevenção de saúde/nutrientes. Portanto, pequenos avanços podem impactar positivamente o bem-estar do consumidor e levar a mudanças mais ambiciosas, à medida que o consumidor implemente mudanças no seu comportamento (BUBLITZ, 2011).

Essas razões para o uso de suplementos foram também investigadas em diversos estudos. Nos estudos de Siqueira (2009) os mais citados foram “aumentar minha massa muscular” e “garantir minha performance esportiva”, ambas citadas por 63% dos indivíduos. Outro ponto bastante citado na pesquisa do autor, foram: “ter mais energia”, com 38% de citações, seguida por “compensar deficiência da alimentação” e “combater o cansaço”, com

34% e 31% respectivamente das citações. Nos estudos de Albuquerque (2012) o motivo de consumo de suplemento mais citado foi para “aumentar a massa muscular” com (62%).

No entanto, mesmo nossa pesquisa tendo maior indicação por médico e nutricionista, é ainda preocupante observar que o uso de suplementos por indicação de treinadores e amigos juntos (N=77) é maior do que o consumo por indicação de médicos (N=71). O lado bom é que a recomendação por profissionais qualificados foram os mais citados (N=109).

Em relação à variável “tipos de suplementos”, os mais consumidos nos estudos de Siqueira (2009), foram proteína, carboidratos e aminoácidos. Contribuindo com essa afirmação os dados de Almeida *et al.* (2009) que foram os hiperprotéicos, creatina, hipercalóricos, carboidratos e aminoácidos. Costa (2012) foram aminoácidos e concentrados proteicos. Almeida, Ribeiro e Freitas (2018) foram as proteína e carboidratos os mais consumido para pré e pós treino, e Morosini e Koehnlein (2019) foram as proteínas. Em nossa pesquisa a maioria consomem suplementos vitamínicos/minerais e suplementos proteicos. O tipo de vitamina mais citados foram os polivitamínicos e a proteína mais citada foi o *Whey Protein*. E mais de 30% consomem diariamente vitaminais e minerais.

Provavelmente um dos motivos de nossa pesquisa está divergindo desses autores seja porque nosso foco não foi academias e sim praticantes de atividade física em geral e estes participantes buscam saúde, diferente dos estudos dos autores que buscaram aumento da massa muscular dentre outros motivos.

O elevado consumo de vitamina/minerais por parte desses participantes pode estar relacionado ao motivo do consumo de suplementos alimentares ser para garantir a saúde e ter mais energia, sendo indicado por médico ou nutricionista. Como consequência o local de compra mais indicado para compra de suplementos foram farmácia, loja de suplementos, internet e lojas de produtos naturais. Nossos dados corroboraram com Frey, Hoffmann e Heuer (2017) quanto a frequência de uso de suplementos em que (51,3%) consomem diariamente suplementos vitamínicos.

Outro fator relevante para pesquisa foi quando associou-se o consumo de suplementos alimentares ao gênero, percebeu-se que não houve associação significativa para o consumo de vitaminas/minerais e carboidratos entre gêneros. No entanto houve diferença significativa ente os gêneros para o consumo de suplemento de proteína e aminoácidos maior para gênero feminino. Divergindo dos estudos de Oliveira, Novais e Silva (2018), ao encontrarem esse consumo nos dois gêneros percebeu-se que o gênero masculino consome S.A. para aumento da massa muscular e o gênero feminino para perda de peso.

Dando continuidade ao consumo ligado à prática de atividade física, segundo Almeida *et al.* (2018), o tempo de prática de atividade física, a frequência e quantidade de horas na prática de atividade física podem influenciar no consumo, pois as pessoas passam maior tempo em contato com ambiente exposto ao consumo de suplementos. Os dados gerados a partir da nossa pesquisa revelaram que 68,7% dos praticantes de atividade física consomem pelo menos uma vez por mês algum tipo de vitamina e minerais, 30,9% consomem diariamente vitaminas e minerais e 25% consomem diariamente algum tipo de proteína. Dados semelhantes foram encontrados por Molinero e Márquez (2009) em que mais da metade dos atletas usavam algum tipo de suplemento pelo menos uma vez por mês e 36% do total da amostra usavam um multivitamínico, 12% usavam aminoácidos / proteínas. Nossos dados estão divergindo com os encontrados por Almeida *et al.* (2018), na qual a maioria dos indivíduos consomem proteína e carboidrato no pré e pós treino, pois segundo os autores o elevado consumo de proteína pode estar relacionado com a propagação de que ingestão excessiva desse suplemento traz ganho muscular e maior recuperação muscular.

Com relação à prática de atividade física e à variável “frequência de atividade física”, foi possível observar que grande parte da amostra, pratica no mínimo 5 vezes, representando uma porcentagem 28,9% do total, e 81,3% praticam entre 50 minutos a 2 horas de atividade física por dia. Nesse sentido torna-se necessário um cuidado com a alimentação. E, para uma melhor qualidade de vida alimentar, sugerimos a indicação de Alonzo *et al.* (2019) na qual a ingestão nutricional adequada é necessária para o esporte e pode ser alcançada com uma dieta bem ajustada, sem a adição de suplementos alimentares artificiais. Nossos dados são semelhantes aos encontrados por Siqueira (2009) em que 63% dos consumidores de suplementos praticavam musculação com uma frequência igual ou superior a cinco vezes por semana e 55% do consumidores de suplementos treinavam entre 1,5 e 2,0 h/dia.

Seguindo as discussões, os resultados das pesquisas encontram-se relacionados aos objetivos traçados, sendo que o primeiro objetivo foi levantar o consumo de suplementos alimentares dos praticantes de atividade física, que já foram discutidos anteriormente. E resumindo, o levantamento mostrou que 60,9% são do gênero feminino, e que as mulheres consomem mais proteínas e aminoácidos que o gênero masculino, e consomem diariamente 25,4%, sendo as vitaminas o S.A. mais consumido.

Os estilos alimentares podem ser entendidos a partir da ingestão emocional nas quais as emoções podem determinar as escolhas e preferências alimentares e os alimentos associam-se ao contexto emocional em que habitualmente são consumidos. Da ingestão externa, no qual os estímulos ambientais são associados aos alimentos, como o aroma, a aparência e o sabor

também influenciam as escolhas alimentares e, por fim, da ingestão restritiva na qual a restrição alimentar implica um controle cognitivo, consciente, do apetite, em desacordo com as necessidades da pessoa, para levar, geralmente, à diminuição do peso corporal, pelo balanço energético negativo (VIANA; SANTOS; GUIMARÃES, 2008; VIANA et al., 2009; MOTTA; MOTTA; CAMPOS, 2011).

O segundo objetivo específico foi comparar os estilos de ingestão alimentar (restritiva, emocional e externa). Os resultados indicaram que ao se caracterizar o comportamento alimentar dos participantes de nossa pesquisa, o comportamento alimentar condicionado por fatores externos predominou na pesquisa com escore médio (21,81) podendo ser demonstrado a desinibição ou perda de controle que ocorre devido a fatores externos intrínsecos aos alimentos ou à situação social e familiar em que são ingeridos. Dados semelhantes foram encontrados na pesquisa de Alves e Boog (2007) em que 43% dos entrevistados comem acompanhado com outras pessoas e altera a alimentação de modo positivo. Também encontramos dados semelhantes na pesquisa de Magalhães e Motta (2012) com a avaliação do estilo alimentar pelo QHCA, em que ambos os grupos de nutricionistas (ingressantes e concludentes) predominou a ingestão determinada por fatores externos, com escores mais altos entre os ingressantes.

Um outros fator de nossa pesquisa ter dado comportamento alimentar externo, pode ser porque 67,2% dos participantes da nossa pesquisa vive com a família e talvez façam as refeições juntas, o que pode influenciar no resultado para comportamento externo ou mesmo a alimentação fora de casa, acompanhados dos amigos e colegas de trabalho já que mais de 50% dos participantes são trabalhadores ativos. Nos estudos de Long *et al.* (2011), os participantes reconheceram as influências sociais de seus colegas de equipe em suas estratégias nutricionais assim como influência do ambiente físico nas escolhas alimentares. Já a pesquisa de Cronin *et al.* (2014) mostraram que comportamentos alimentares conducentes ao ganho de peso estão enredados nas biografias dos participantes e nas experiências cotidianas, nas arenas de identidade, meio ambiente e corpo.

Portanto, a ingestão externa verificada segundo o escore de médias, pode evidenciar os maiores valores de peso, IMC e risco para complicações metabólicas, como demonstra o estudo Freitas, Assunção, Bassi, e Lopes (2016) podendo além do estilo de vida, ser por fatores genéticos, assim como a influência do ambiente. Dados já verificados por Diez Garcia (1994) em que práticas alimentares, vão desde os procedimentos relacionados à preparação do alimento ao consumo, a subjetividade que inclui a identidade cultural, a condição social, a religião, a memória familiar à época que perpassam por esta experiência

diária.

Quando analisamos o comportamento alimentar por gênero, percebemos que no gênero feminino, quando comparado aos mesmos valores do gênero masculino, o feminino possuem maior tendência para restrição alimentar e emocional, mostrando relação com menores valores de peso. Já no gênero masculino, foi possível identificar maior comportamento alimentar de ingestão externa, o que pode evidenciar os maiores valores de peso, confirmado pela diferença estatística entre o peso e o gênero. Dados semelhantes foram encontrados por Ferreira *et al.* (2018) na qual as mulheres apresentaram maior comportamento alimentar de restrição e o masculino predominou a escala de ingestão externa.

Portanto, as diferenças encontradas entre os gêneros nos tipos de comportamento evidenciam a importância de se estudar o comportamento em praticantes de atividade física. Atentando que com base nos resultados desta amostra o gênero feminino recorrem com mais frequência a ingestão emocional e restritiva comparativa ao gênero masculino, o que motiva o progresso de investigação nessa área e nossos resultados poderá está auxiliando políticas públicas para redução ou para melhorar os tipos de comportamentos desses consumidores.

Partindo do pressuposto que as relações entre o estilo de vida, e as mudanças que afetam a satisfação com a vida relacionada à comida são importantes para o bem estar-alimentar, procurou-se estudar os indivíduos praticantes de atividade física e consumidores suplementos alimentares dada a importância em comparar o comportamento alimentar através dos estilos alimentares e analisar o bem estar-alimentar subjetivo em busca de identificar maneiras de mudar as dietas e relações sociais quanto ao uso de suplementos e melhorar a satisfação com a comida. Segundo Grunert *et al.* (2007), a comida é um dos aspectos específicos da vida que afetam o bem-estar subjetivo. Talvez por isso o interesse em entender como os alimentos afetam o bem-estar dos consumidores cresceu, assim como cresceu o interesse de modificar os padrões alimentares (ARES *et al.*, 2014).

Com relação ao bem-estar alimentar subjetivo, Bublitz *et al.* (2013) propuseram cinco áreas que influenciam a forma como os consumidores se relacionam com a comida: fatores sociais, questões econômicas, literacia alimentar, conhecimento emocional e características físicas e psicológicas.

O terceiro objetivo específico foi analisar as dimensões associadas ao bem-estar alimentar com uso de suplementos conforme Ares *et al.* (2016). Ao analisarmos o questionário de bem-estar alimentar da pesquisa, e comparamos com as cinco áreas de influência propostas por Bublitz *et al.* (2013) percebeu-se que para **Fatores sociais** (avalia as influências culturais, sociais e familiares nos padrões de consumo de alimentos), o comportamento alimentar dos

praticantes de atividade física foi por ingestão externa, que considera o processo de ingestão determinado por fatores extrínsecos aos alimentos como o aroma, o gosto e o estímulo visual, e a influência dos pais e das pessoas do seu universo sociocultural desde a infância (VIANA, SANTOS, GUIMARÃES, 2008; VIANA et al., 2009). Também percebeu-se na habitação, que 67,2% dos participantes mora com a família, chegando a quase 50% dos participantes serem casados, contribuindo para o comportamento externo por influências culturais ou familiares nos padrões de consumo. Dados semelhantes foram encontrados por French *et al.* (1999) em que 48,4% eram casados. Também identificou-se que não existe diferença entre os gêneros quando comparamos por habitação.

Quanto ao aspecto de **Questões econômicas** (avaliar o acesso de um indivíduo a alimentos frescos em sua comunidade, bem como sua capacidade de arcar com os custos) percebemos que 68,8% dos participantes estão empregados, 59,4% tem pós graduação (*lato sensu e stricto sensu*), e 77,9% dos participantes respondentes da pesquisa tem um perfil de renda acima de 3 salários mínimos, deduz que podem arcar com os custos. Quanto ao acesso aos alimentos e suplementos, percebeu-se que 87,4% tem moradia na região nordeste, e a maioria do total de participantes moram nas capitais dos Estados, facilitando o acesso a alimento e consumo de suplementos ao local de compra em farmácias e lojas de suplementos. Dados semelhantes foram encontrados por Siqueira (2009) na qual 86% não tinham filhos, 78% trabalhavam e 39% da amostra possuíam curso superior completo, e compravam em lojas específicas de suplementos.

No quesito **Literácia alimentar:** (varia de tipos declarativos de conhecimento (saber o que são suplementos alimentares e os tipos de nutrientes) a conhecimento processual (saber como usar, a dosagem e quando usar), percebeu-se pelas respostas do tipos de suplementos, frequência de consumo e tipos de suplementos que consumiam, que os participantes de suplementos tem literácia ao consumo de suplementos. Constatou-se também que não existe diferença entre os gêneros para escolaridade.

Já o **Conhecimento emocional:** (influências emocionais como parte da avaliação da FWB), percebeu-se em todo o questionário de bem-estar alimentar subjetivo de Ares *et al.* (2016) que os participantes ao compararem o bem-estar subjetivo dos alimentos: maçã, bolo de chocolate e *Whey protein*, evidenciaram a associação entre o bem-estar alimentar e a saúde física, e os aspectos emocionais e hedônicos dos indivíduos, apontaram que os alimentos têm um significado simbólico, estético, social e moral (ARES *et al.* 2014; 2015; 2016).

Quanto aos **Traços físicos e psicológicos:** sugere-se o que devem ser incluídas nas pesquisas, como medidas demográficas tradicionais (por exemplo, idade e educação),

indicadores de saúde (por exemplo, índice de massa corporal - IMC, condições médicas da família, histórico de dieta e hábitos alimentares atuais). Nossa pesquisa procurou mostrar comparações entre o comportamento alimentar e o IMC por gênero. Diante disso, percebeu-se a importância de estudar dados como peso e altura na pesquisa para encontrar o IMC e comparar o comportamento alimentar através dos estilos de ingestão e bem-estar alimentar subjetivo nos consumidores de suplementos alimentares e praticantes de atividade física. Atentando que mesmo o comportamento alimentar em nossa pesquisa ter dado por fatores externos, existe uma tendência do gênero feminino para comportamento restritivo e emocional.

As evidências da associação entre o bem-estar alimentar e a saúde física, e os aspectos emocionais e hedônicos dos indivíduos, apontam que os alimentos têm um significado simbólico, estético, social e moral e afetam a apreciação da vida dos consumidores por meio de sua influência no humor e nas emoções, bem como no julgamento global da vida e nas relações sociais (ARES *et al.* 2014; 2015; 2016).

Nesse sentido, foi percebido que de forma geral não existe significância estatística do bem-estar subjetivo por gênero. No entanto, ao comparar o comportamento alimentar com bem-estar alimentar por gênero, percebeu-se que existem diferenças significativas por gênero para bem-estar físico com comportamento emocional. Devendo-se atentar para o impacto que esse comportamento tem dentro do bem-estar desses praticantes de atividade física. Além disso, analisando-se os resultados de bem-estar subjetivo com comportamento alimentar, verificou-se que a maçã e o *Whey Protein* são os alimentos que mais influenciam o bem-estar físico. Dados semelhantes foram encontrados por Ares *et al.* (2016) quanto a escolha da maçã.

Dada essa influência psicológica, torna-se importante nossa pesquisa em analisar as dimensões associadas ao bem-estar alimentar relacionado a compra de suplementos alimentares para o bem-estar alimentar, na qual no quesito bem-estar geral, a maçã foi o alimento escolhido, no físico a maçã e o *Whey protein*, no intelectual a maçã foi alimento mais citado, com exceção do item (Isso me deixa alerta) que o *Whey protein* foi o de maior pontuação. Quanto o emocional, o bolo de chocolate recebeu as maiores pontuações, exceto para (Isso me deixa triste) que o *Whey protein* recebeu a maior pontuação. No social, o bolo de chocolate recebeu as maiores pontuações e no espiritual a maçã.

O trabalho de Ares *et al.*, (2016) realizado com 1.332 participantes em sete países em quatro continentes: Brasil, China, França, Portugal, Espanha, Uruguai e EUA com objetivo de investigar diferenças transculturais em percepção do bem-estar vinculados a conceitos de nove produtos alimentícios (maçã, carne, cerveja, brócolis, bolo de chocolate, café, peixe, batatas fritas e leite), corroboram com nossa pesquisa. Nas pesquisas de Ares *et al.* (2016), o bolo de

chocolate também foi associado positivamente aos aspectos hedônicos e emocionais do bem-estar, também considerado o produto mais adequados para compartilhar com a família e amigos juntamente com o café. A maçã, apresentou a maior pontuação média nos itens relacionados à saúde física. Corroborando com nossa pesquisa quanto ao bem-estar alimentar subjetivo na escolha de bolo de chocolate como alimento para compartilhar com a família e amigos e maçã como bem-estar físico.

Aqui é importante ressaltar, o impacto que esses fatores podem ocasionar na diminuição do controle do indivíduo com relação a alimentação que pretende consumir, pois, em relação ao bem-estar alimentar subjetivo o bolo de chocolate foi o alimento de maior influência para a dimensão do bem-estar emocional e social, tendo como item de maior média (É bom para compartilhar com a família, Faz com que eu me sinta conectado aos outros, É bom para compartilhar com amigos). Talvez influenciando no comportamento externo e nos altos índices de IMC. No entanto, no “Guia Alimentar para a População Brasileira” (MINISTÉRIO DA SAÚDE DO BRASIL, 2014) é possível identificar através de vídeos os benefícios de partilhar uma refeição saudável preparada em família ou entre amigos, precisando de uma maior divulgação dessas informações nas mídias e em sites que mostrem os alimentos saudáveis para se compartilhar com amigos e família, podendo ser substituído o bolo de chocolate por esses alimentos saudáveis.

Após esclarecimentos da relação de bem-estar alimentar subjetivo com comportamento alimentar, discute-se agora a análise de cluster e a interação entre eles. Procurou-se separar por grupo os níveis de bem-estar alimentar subjetivo, sendo quatro clusters rotulados neste estudo. Um com alto nível de bem-estar, cluster dois com nível intermediário entre alto/médio bem-estar, cluster três com médio (moderado) nível de bem-estar e quatro com baixo nível de bem-estar. Em geral, pôde-se ver que onde existem diferenças estatisticamente significativas, os níveis de bem-estar são considerados importantes.

Na escala de bem-estar alimentar subjetivo quanto maior a média, maior o nível de bem-estar. As médias encontradas no cluster 1 indicam as pessoas que tem maior nível de bem-estar alimentar, enquanto os participantes do cluster 4 indicam as pessoas que tem o menor nível de bem-estar. Com base nesse resultados, percebeu-se nos praticantes e atividade física e consumidores de suplementos alimentares que o alto nível bem-estar alimentar está preservado na minoria 16% (cluster 1) e que a maioria tem um nível intermediário entre alto/médio nível de bem-estar alimentar 34% (cluster 2), neste cluster também é onde se encontram a maior concentração do gênero feminino e a maior concentração de renda. Tal fato merece destaque já que a avaliação do bem-estar pode levar a problemas de comportamento alimentar.

Portanto, diferenças de bem-estar podem estar relacionadas a fatores emocionais distintos, assim com socioeconômico (DIENER *et al.*, 2003), ou seja, uma avaliação subjetiva de como as pessoas percebem suas próprias vidas de diferentes perspectivas, assim como um conceito além da saúde física, podem ser o resultado de um estado somático relacionados à saúde física, estados emocionais, apoio social, espiritual e estímulos intelectuais e devem ser investigados (ARES *et al.*, 2016).

Os clusters 1 e 3 estão concentrando os solteiros com alto nível de escolaridade e alta renda e o cluster 2 e 4 estão concentrando os casados também com alta renda e escolaridade. No entanto, percebeu-se que os casados do cluster 4 estão com baixo nível de bem-estar apesar de terem o maior nível de escolaridade e uma maior concentração de renda, evidenciando que a qualidade de vida e o bem-estar estão diminuídos. Portanto, o bem-estar subjetivo do cluster 4, abrange os pensamentos e sentimentos desses indivíduos com sua vida, que segundo Giacomoni (2004) esse bem-estar é atribuído a inúmeros fatores como temperamento, personalidade, idade, gênero, e aos impactos dos momentos da vida desses participantes. Como também pode ser por significado simbólico, estético, social e moral ou por meio de sua influência no humor e emoções, bem como por julgamento global da vida e das relações sociais em que vive (ARES *et al.* 2014; 2015; 2016).

Embora não tenham sido encontrados estudos que separe em clusters os níveis de bem-estar alimentar, pode-se pensar em outras associações em busca desse bem-estar alimentar e da qualidade de vida dos praticantes de atividade física. Pois, segundo Diener (1984) existem três aspectos do bem-estar subjetivo: a subjetividade; o entendimento de que bem-estar não é apenas a ausência de fatores negativos e a presença de fatores positivos; e o bem-estar como uma medida global ao invés de uma medida limitada a um aspecto da vida.

Pesquisas como essas são necessárias para ajudar no direcionamento de políticas de promoção de saúde e prevenção de saúde, redução de consumo de suplementos sem indicação médica ou nutricional, associado ao incentivo à prática de atividade física e a busca de um bem-estar alimentar. Por isso, informações através das charges (Apêndice C) podem ser importantes para informar sobre a maneira correta de consumir S.A., além de quem deve orientar o consumo. Uma vez que o consumo incorreto e a escassez de informação podem trazer prejuízos para saúde pública, pois o consumo de proteínas pode ser associado ao risco de doença renal crônica, diabetes, obesidade, síndrome metabólica e outras doenças (SAMAL e SAMAL, 2018).

Divulgou-se as charges (Apêndice C) em canais de mídias como Facebook, Instaram pessoal e de grupos com reeducação alimentar, consumo de suplementos e práticas de atividade física. A escolha dos locais de divulgação foram feitas de forma aleatória. Colocou-se na busca

reeducação alimentar, práticas de atividade física e alimentação saudável, os grupos com maior número de participantes foram escolhidos e pedido autorização para participar e divulgar as charges (Apêndice C). Também foi encaminhado as charges para os participantes da pesquisa que responderam à pergunta com sim ou não para receber o retorno da pesquisa.

Por fim, analisando-se os resultados desta pesquisa, encontra-se material para realizar a caracterização de um possível perfil dos consumidores de suplementos alimentares e praticantes de atividade física, com seu comportamento e bem-estar alimentar subjetivo, de maneira que as pessoas com maior escolaridade, renda, e as pessoas do sexo feminino, em geral, são aquelas que consomem mais suplementos alimentares e buscam, o seu bem-estar alimentar subjetivo físico apesar de ter comportamento alimentar externo, frente às suas atitudes em busca de orientação com nutricionistas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo, são apresentadas as considerações finais da pesquisa em função da temática e do alcance dos objetivos traçados. Posteriormente, são expostas as implicações práticas e acadêmicas inerentes ao estudo, além das limitações e recomendações no tocante a pesquisas futuras.

6.1 Sínteses da pesquisa

Neste capítulo, são apresentadas uma síntese da pesquisa em função da temática do consumo de suplementos alimentares por praticantes de atividade física, seu comportamento alimentar e o seu bem-estar alimentar subjetivo atrelados ao consumo de maçã, bolo de chocolate e *Whey Protein* e reflexões sobre a TCR.

Quadro 9 – Objetivos, achados e ações da pesquisa

	Variáveis	Objetivos	Construtos	Achados	Ações da TCR
Objetivo Geral	Consumo	Objetivo específico 1	Consumo de suplementos	Gênero feminino consomem mais suplementos de proteína e aminoácidos que o gênero masculino. O consumo é indicado por nutricionista e médico. O principal motivo para o consumo é para garantir a saúde.	Cursos e campanhas publicitárias sobre alimentação saudável em substituição ao consumo sem necessidade de S.A. Divulgou-se em grupos de mídias sociais as charges.
	Comportamento alimentar	Objetivo específico 2	Restrição alimentar	O comportamento é condicionado por fatores externos. Por gênero, percebeu-se que o feminino tem tendência a comportamento restritivo e emocional.	Reeducação alimentar acompanhada de profissional qualificado, acompanhamento de psicólogo caso necessário. Ofertou-se um curso sobre alimentação em parceria com nutricionista.
			Ingestão emocional		
Ingestão externa					
Bem-estar alimentar subjetivo	Objetivo específico 3	Dimensões do bem-estar alimentar subjetivo	No geral o bem-estar dos participantes foi bem-estar físico com maçã e <i>Whey Protein</i> , os alimentos de melhor bem-estar.	Mudança de comportamento quanto à prática de atividade física e alimentação.	

				Não existe diferença entre os gêneros no quesito bem-estar alimentar. Comparação do comportamento com bem-estar alimentar subjetivo percebeu-se que houve diferença entre bem-estar físico e comportamento emocional.	Ofertou-se um curso sobre alimentação em parceria com nutricionista.
	TCR	Objetivo específico 4	Mudanças comportamentais	Identificou-se a procura por profissional especializado para o consumo de suplementos alimentares com nutricionista e médicos. A prática de atividade física como busca de bem-estar.	Mudança de comportamento quanto a procura por profissional. Deve-se mudar comportamento alimentar. Ofertou-se um curso sobre alimentação em parceria com nutricionista.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

6.2 Considerações finais

O principal objetivo deste trabalho foi caracterizar o comportamento alimentar e o bem-estar alimentar subjetivo dos indivíduos que consomem suplementos alimentares e praticam atividade física. A escolha do tema foi devido nos últimos anos o mercado de suplementos alimentares ter apresentado um crescimento no Brasil, tornando-se um dos maiores mercados da América Latina (BRASNUTRI, 2019; ABIAD, 2021). A fim de se cumprir o objetivo do trabalho, realizou-se uma pesquisa em diversas localidades do Brasil, abrangendo um perfil mais amplo do consumidor de suplementos alimentares e praticantes de atividade física, sendo possível caracterizar o comportamento e o bem-estar alimentar subjetivo com a coleta de dados referentes à perspectiva do consumo, comportamento e Bem-Estar Subjetivo alimentar.

Para o alcance do objetivo principal deste trabalho, foram desenvolvidos quatro objetivos específicos. O primeiro deles era levantar o consumo de suplementos alimentares dos praticantes de atividade física. Trata-se de um objetivo fundamental, pois envolve a compreensão dos hábitos de consumo de suplementos alimentares por esses praticantes de atividade física, alertando para os tipos de consumo, o motivo e a indicação desse consumo, com sua frequência e tempo de atividade física.

Quanto ao objetivo de levantar o consumo de suplementos alimentares dos praticantes

de atividade física. Os mais consumidos foram os suplementos de vitamina, seguidos pelos de proteína. Com predominância de consumo de suplementos polivitamínicos e *Whey protein* entre os praticantes de atividade física. Quanto ao gênero, o feminino consome mais proteína e aminoácidos que o gênero masculino. Em relação ao motivo de consumo, os mais citados foram para garantir a saúde com (99) citações e ter mais energia com (74) citações. Já na indicação, percebeu-se uma mudança de comportamento relacionado a outros estudos, pois os mais citados para indicação de consumo foram nutricionistas com (109) citações e médicos com (71) citações.

Importante destacar a relação entre a prática de atividade física e o consumo de suplementos, pois percebeu-se que os participantes praticam 5 vezes por semana com média de 50 minutos a 2 horas de atividade física e a atividade física mais citada foi musculação, caminhada, corrida e ciclismo respectivamente, pois quanto mais se insere no meio de práticas de atividade física, percebe-se um aumento no consumo desses suplementos e uma alteração na alimentação.

Com relação ao perfil dos consumidores de suplementos praticantes de atividade física, notou-se que atualmente há um contexto de disseminação do consumo de suplementos alimentares entre as classes sociais, principalmente entre o gênero feminino, e uma maior procura por profissional habilitado, no entanto, ainda há um perfil de consumidor que se estabeleceu ao longo do tempo, e que ainda consomem S.A. por indicação de amigos e educador físico, devendo ainda trabalhar com essa temática de indicação de consumo de S.A. por médico ou nutricionista.

A partir do que foi coletado e discutido na seção anterior, fica evidente que as práticas de atividade física e o consumo de suplementos estão relacionadas, e as pessoas buscam cada vez mais informações sobre o consumo, orientação em profissionais especializados, como ainda buscam orientação do educador físico, amigos, redes sociais e outros canais. Como a legislação é recente sobre suplementos alimentares aqui no Brasil, e com o boom de informações na internet, estas são uma das maneiras que influenciam esse consumo, devendo ainda ser tratado com cuidado e se realizar mais estudos sobre o tema de consumo de suplementos e práticas de atividade física.

No estudo sobre comportamento alimentar, como resultado do segundo objetivo, de comparar os estilos de ingestão alimentar (restritiva, emocional e externa), percebemos predominância de estilo por ingestão externa. Ao analisarmos por gênero, percebemos que o comportamento condicionado por fatores restritivo e emocional predominou no gênero feminino.

Aqui devemos nos alertar para a prática de consumo emocional e restritivo do gênero feminino, pois esta pode levar a comportamento prejudiciais à saúde, por falta de nutrientes na alimentação ou excesso de práticas de atividade físicas e elevado consumo de suplementos, que podem causar doenças, como já discutido nas seções anteriores, além de comportamentos emocionais desproporcionais. Devendo equilibrar a alimentação para manter um comportamento alimentar ideal, sempre com ajuda de profissional qualificado para alimentação (Nutricionista/médico) e psicólogo para comportamento emocional.

O terceiro objetivo analisar as dimensões associadas ao bem-estar alimentar com uso de suplementos conforme Ares *et al.* (2016). Os resultados indicam que o Bem-Estar Subjetivo dos participantes praticantes de atividade física que consomem suplementos alimentares, associaram fortemente o bem-estar alimentar com saúde física e emocional, o que explica o fato da maçã ser considerada o melhor alimento para o bem-estar físico, talvez pela maçã ligar a promoção de saúde e o bolo de chocolate o alimento para o bem-estar emocional.

Quanto ao bem-estar alimentar devemos nos atentar ao fato de ligar o suplemento *Whey Protein*, ao bem-estar físico e emocional, pois percebeu-se que mesmo achando que o suplemento traz bem estar físico, foi identificado que ele deixa os praticantes de atividade física triste, o que pode-se concluir que o bem-estar alimentar não está sendo consumido de maneira adequada, podendo como forma de amenizar o bem-estar emocional, a substituição por alimentos naturais, ou seja, uma alimentação saudável em vez da utilização de S.A.

Por fim, o quarto e último objetivo é analisar os resultados a luz do movimento da Pesquisa Transformativa do Consumidor para contribuir como o bem-estar alimentar dos praticantes de atividade física. Para atingimento desse objetivo fizemos parceria com nutricionistas e educadores físicos sobre consumo e indicações de suplementos alimentares, e percebemos que ao longo dos anos está havendo uma mudança sobre a indicação para o consumo de S.A. Conclui-se que talvez pelo nível de conhecimento dos participantes, já que maioria tinha pós graduação ou pelo aumento da renda, e maior poder aquisitivo, os participantes podem procurar médicos e nutricionistas para acompanhamento das práticas de atividade física e do consumo alimentar, mudando assim, o comportamento em relação a vários fatores como hábitos alimentares, práticas de atividade física, comportamento de consumo alimentar, influenciando assim no bem-estar alimentar dos participantes. Isso indica que os consumidores com maiores rendas e escolaridade apresentam uma sensação de bem-estar por meio desses alimentos e do consumo de suplementos.

Conclui-se que os participantes tem conhecimento sobre o consumo de S.A. e às práticas de atividade física, no entanto, poucos seguem as orientações do profissional qualificado, por

isso a divulgação em charges (Apêndice C) para chamar à atenção desse público.

A escolha de charges (Apêndice C), foi para facilitar a comunicação e ampliar os resultados para diversos públicos. Segundo Mick *et al.* (2012) a adoção de estratégias de comunicação alternativas é um objetivo da TCR. Essa divulgação dos resultados por charge intenta aumentar o bem-estar, sugerindo que consumidores de S.A. e futuros consumidores interessados nos resultados sejam alcançados por canais de comunicação que os atinjam de maneira compreensiva e ganhem sua atenção (MICK *et al.*, 2012).

Na tentativa de auxiliar os participantes da pesquisa oferecemos um curso com nutricionista sobre alimentação saudável à aqueles que ao responder o questionário da pesquisa optaram por receber um retorno em forma de charge. Ao retorno dos e-mails, percebeu-se que poucos optaram pelo curso de alimentação saudável. Isso indica, que na tentativa de ajudar, poucos mostram o interesse em aprender mais sobre o consumo e alimentação saudável. O curso sobre alimentação saudável também é um canal de comunicação para que atinja de maneira compreensiva e ganhe a atenção dos consumidores e futuros consumidores de S.A. (MICK *et al.*, 2012).

É justamente nesse ponto que reside o interessante de nossa pesquisa e pouco usual na pesquisa do consumidor, enquanto os pesquisadores estão utilizando os meios tradicionais de divulgação dos seus resultados, nossa pesquisa utilizou meios alternativos quanto ao retorno ou devolutiva para os participantes pesquisados.

Por fim, na perspectiva do consumo alimentar voltado à melhoria da qualidade de vida, na ampliação da prática de esportes, na busca por alimentação saudável, os resultados apresentados nas seções anteriores caracterizou o comportamento alimentar e bem-estar alimentar subjetivo dos indivíduos que consomem suplementos alimentares e praticam atividade física.

6.3 Implicações teóricas e praticas

As contribuições teóricas desta pesquisa estão relacionadas aos estudos do consumo de suplementos, comportamento alimentar, Pesquisa Transformativa do Consumidor e Bem-Estar Subjetivo, em praticantes de atividade física, com a aplicação de um instrumento direcionado para o contexto alimentar. O modelo teórico proposto incorpora o comportamento alimentar ao bem-estar alimentar como um dos pressupostos para prática de atividade física e consumo de suplementos, de modo que, na área acadêmica, esta dissertação contribui para a sequência de estudos que se direcionam a entender o consumo de suplementos alimentares em praticantes de

atividade física no contexto de bem-estar alimentar.

Estes resultados avançam na teoria sobre bem-estar subjetivo para consumo de suplementos. Ares *et al* (2016), avaliaram bem-estar alimentar subjetivo associado ao contexto dos alimentos e que estes alimentos influênciam nas escolhas dos consumidores, baseada no “*wellbeing of food*” e enfatizaram as contribuições positivas e holísticas que os alimentos poderiam dar ao bem-estar do consumidor (ARES *et al.* (2016). No entanto não avaliaram o consumo com suplementos alimentares, consumo este que vem crescendo não só no Brasil como no mundo (BRASNUTRI, 2019). Então, de forma complementar é possível afirmar que o consumo de suplementos alimentares traz bem-estar alimentar aos praticantes de atividade física.

Estes resultados também avançam na teoria sobre comparação de comportamento com bem-estar subjetivo para consumo de suplementos. Os resultados mostraram que o comportamento quando comparado com bem-estar alimentar não existe diferença significativa, no entanto, para bem-estar físico e comportamento emocional existe diferença de comportamento relacionado ao bem-estar dos praticantes de atividade física. Indicando conforme Thomé, Pinho e Hoppe (2018) que os consumidores, compram produtos saudáveis por motivos epistêmicos e emocionais, pois segundo os autores a vontade de comprar alimentos saudáveis diminuiu nos consumidores com baixos hábitos de atividade física, como também têm um valor emocional muito mais forte nos consumidores de alimento saudável. Esses dados não foram identificados na literatura para comparação com tipo de comportamento e tipos de bem-estar alimentar nas pesquisas de Ares *et. al.* (2016) só identificou-se o bem-estar alimentar.

Além disso, este trabalho apresenta a sua relevância na linha de pesquisa sobre as dimensões bem-estar alimentar subjetivo para o consumo de suplementos alimentares, visto que estudos abordando o termo bem-estar subjetivo ainda são escassos, principalmente conforme proposto por esta dissertação ao analisar as dimensões associadas ao bem-estar alimentar com uso de suplementos em comparação com outros alimentos (maçã e bolo de chocolate).

Por fim, há inúmeras aplicações práticas nos achados dos resultados desta pesquisa, tanto para praticante de atividade física ou consumidor de suplementos, como para os empresários donos de estabelecimentos de venda de suplementos e produtos naturais, como para o gestor de políticas públicas. Como por exemplo, se os empresários ou gestores públicos consideram apenas os resultados do bem-estar alimentar de Ares *et. al.* (2016), esses empresários e gestores vão verificar apenas o bem-estar alimentar sem considerar o consumo de suplementos. Considerando os resultados de nossa pesquisa, poderiam identificar o comportamento associado ao bem-estar-alimentar com consumo não só de

alimentos como de suplementos alimentares.

Nossa pesquisa também pode embasar políticas públicas e campanhas governamentais conforme o movimento da TCR. Através de nossos resultados podem voltar políticas públicas para redução de consumo de suplementos voltado ao gênero femininos e incentivar a alimentação saudável com comerciais não só de foco alimentar como psicológico já que a relação do gênero feminino com a FWB quando experimentam suplementos alimentares tem tendência a alimentação restritiva e emocional.

Desse modo, e considerando os resultados alcançados na dissertação, pode-se afirmar que são necessário abrir novos nuances para as pesquisas que abordam sobre o tema bem-estar alimentar e consumo de suplementos alimentares em praticantes de atividade física relacionando com seu comportamento alimentar.

Por isso, os resultados deste estudo ao contemplar várias temáticas, perpassou diversas nuances das áreas do conhecimento como a Administração, Psicologia, Nutrição, Educação Física, tecendo uma contribuição teórica para a temática, a partir da interlocução entre essas áreas. Além disso, a possibilidade e oportunidade de reportar a estudos da área do consumo alimentar, saúde, práticas de atividade física e bem-estar podem enriquecer o presente estudo, a partir das relações encontradas.

Por se tratar de um estudo no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, é relevante traçar contribuições em benefício da sociedade, possibilitando influenciar estratégias em relação à conscientização da população no tocante ao consumo de suplementos, influenciar políticas públicas para o bem-estar. O movimento da TCR tem um papel fundamental para impulsionar práticas transformativas que gerem no consumidor mudanças positivas em relação a escolhas de consumo mais saudáveis e gerem maior bem-estar.

Por tudo isso, a pesquisa aponta potenciais benefícios provocados a partir da reflexão sobre posturas do indivíduo diante do consumo de suplementos e em relação à forma como este fato pode ser relevante na promoção do bem-estar alimentar dos praticantes de atividade física e da sociedade em geral.

6.4 Limitações

Esta pesquisa, apesar dos resultados, possui limitações que precisam ser consideradas na avaliação das análises, pois, embora a amostra tenha buscado um perfil de consumidor específico e não concentrado em uma determinada classe social ou em alguma característica sociodemográfica, a amostra não foi representativa para o universo de praticantes de atividade

física e consumidores de suplementos alimentares.

Com relação ao comportamento alimentar, pelo questionário, não foi verificada a adoção de hábitos alimentares e de vida saudável, sugerindo para pesquisas futuras a utilização de Recordatório 24h ou diário de consumo alimentar para complementar a pesquisa.

Ainda em relação ao comportamento alimentar e consumo de suplementos, também não foram verificados a influência de imagem corporal e satisfação com a vida nos participantes. São recomendados estudos que avaliem a influência de variáveis corporais sobre a insatisfação corporal e comportamento alimentar e consumo de suplementos para complementar o estudo.

Por fim, o instrumento do bem-estar subjetivo de Ares *et al.* (2016) é recente, sendo necessário mais testes quanto à sua validade discriminante entre as dimensões. Outra limitação é que a pesquisa sobre bem-estar alimentar, utilizou apenas maçã, bolo de chocolate e *Whey Protein* como objetos de consumo. Outros alimentos podem trazer resultados diferentes dos aferidos nesta pesquisa. Para tanto é sugerido desenho de pesquisa utilizando outros alimentos e verificando a influência das mídias com ofertas de suplementos e os seus efeitos no consumidor. Por isso, sugerimos analisar a possibilidade de incluir novos alimentos de consumo.

Sugerimos para futuras pesquisas explorar as dimensões de bem-estar alimentar propostas por Ares *et.al* (2016) e o comportamento alimentar por dimensão e por comportamento. Essa análise poderá mostra não só qual comportamento tem os participantes em cada dimensão como também auxiliará nas políticas voltadas para esse público e na direção que o profissional (médico, nutricionais, psicólogo, educador físico, político dentre outros profissionais) deverão tomar para indicação de medidas.

Por tudo isso, os pontos destacados são sugestões para pesquisas futuras que visem avançar nas discussões associadas ao comportamento alimentar e ao bem-estar subjetivo alimentar.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Marcos. Maciel. Avaliação do consumo de suplementos alimentares nas academias de Guará-DF. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. v. 6. n. 32. p. 112-117. 2012. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/286/287> Acesso em: 15 maio. 2020.
- ALMEIDA, Iara Veloso; RIBEIRO, Malu Cesario De Oliva; FREITAS, Ronilson Ferreira. Uso de suplementos alimentares e fatores associados em praticantes de atividade física de alta intensidade. **RBNE-Revista Brasileira De Nutrição Esportiva**, v. 12, n 76, p. 992-1004, 2018. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/1188>. Acesso em: 15 maio. 2020.
- ALONZO, E. *et al.* Mediterranean diet as a natural supplemental resource for athletes and physical activity. **Annali Di Igiene Medicina Preventiva E Di Comunita**, v. 31, n. 6, p. 576–581, dez. 2019. Disponível em: http://www.seu-roma.it/riviste/annali_igiene/open_access/articoli/31-06-04-Alonzo.pdf. Acesso em: 15 jun. 2020.
- ARANTES, A M. Aspectos nutricionais da hipertrofia. **Science-Boletim da Saúde**, ano 1, n. 2, p. 6, nov. 2004.
- ARES, G., *et al.* Food and wellbeing. Towards a consumer-based approach. **Appetite**, v. 74, n.1, p. 61-69, 2014. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S019566631300473X>. Acesso em: 15 jun. 2020
- ARES, G., *et al.* Consumers' associations with wellbeing in a food-related context: A crosscultural study. **Food Quality and Preference**, v. 40, p. 304-315, 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329314001207>. Acesso em: 15 jun. 2020
- ARES, G., *et al.* Do we all perceive food-related wellbeing in the same way? Results from an exploratory crosscultural study. **Food Quality and Preference**, v. 52, p. 62-73, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329316300696>. Acesso em: 15 jun. 2020.
- ASSIS, M. A. A. DE; NAHAS, M. V. Motivational aspects in programs of nutritional behavior changes. **Revista de Nutrição**, v. 12, n. 1, p. 33–41, abr. 1999. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52731999000100003. Acesso em: 17 jul. 2020.
- Associação Brasileira dos Fabricantes de Suplementos Nutricionais e Alimentos para Fins Especiais-ABIAD. **Números do setor de suplementos alimentares**. São Paulo: BrasNutri; 2017. Disponível em: http://www.brasnutri.org.br/arquivos/numeros_setor/2017_atualizado.pdf. Acesso em: 17 jul. 2020.
- Associação Brasileira dos Fabricantes de Suplementos Nutricionais e Alimentos para Fins Especiais -ABIAD. **Consumo de suplementos alimentares cresceu 10% no Brasil**. São Paulo: Funcionais Nutracêuticos; 2021. Disponível em: <https://abiad.org.br/pb/consumo-de->

[suplementos-alimentares-cresce-10-no-brasil-funcionais-nutraceuticos-br-12-01-2021-web/](#). Acesso em: 17 jan. 2021.

BAKER, Stacey Menzel; MASON, Marlys. **Toward a process theory of consumer vulnerability and resilience: illuminating its transformative potential.** In: MICK, D.; PETTIGREW, S.; PECHMANN, C.; OZANNE, J. (Eds.) *Transformative Consumer Research for personal and collective well being: reviews and frontiers.* NY: Routledge, 2012. Disponível em: <https://creighton.pure.elsevier.com/en/publications/toward-a-process-theory-of-consumer-vulnerability-and-resilience->. Acesso em: 17 jan. 2020.

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey.** Tradução Guilherme Cezarino. Belo Horizonte: Ed. UFMG, p. 519, 1999.

BRYMAN, Alan. **Research Methods and Organization Studies.** Great Britain: Routledge, p. 283, 1989. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-PT&lr=&id=jMqIAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=BRYMAN,+Alan.+Research+Methods+and+Organization+Studies.+Great+Britain:+Routledge,+1989,+283+p.&ots=7ga8QfmyPK&sig=wbADjebpX1-4WK3OuhKr9yC79cs#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 17 jan. 2020.

BATAT, W. *et al.* New paths in researching "alternative" consumption and well-being in marketing: alternative food consumption. **Marketing Theory**, v. 16, n. 4, p. 561–576, dez. 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1470593116649793>. Acesso em: 17 jan. 2020.

BLOCK, L. G. *et al.* From Nutrients to Nurturance: A Conceptual Introduction to Food Well-Being. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 30, n. 1, p. 5–13, . 2011a. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jppm.30.1.5>. Acesso em: 17 jan. 2020.

BLOCK, L. G. *et al.* From Nutrients to Nurturance: A Conceptual Introduction to Food Well-Being. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 30, n. 1, p. 5–13, 2011b. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jppm.30.1.5>. Acesso em: 17 jan. 2020.

BLOCK, L. G. *et al.* From Nutrients to Nurturance: A Conceptual Introduction to Food Well-Being. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 30, n. 1, p. 5–13, 2011c. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jppm.30.1.5>. Acesso em: 17 jan. 2020.

BLOCKER, Christopher P.; *et al.* Understanding poverty and promoting poverty alleviation through transformative consumer research. **Journal of Business Research**, v. 66, n. 8, p. 1195-1202, 2013. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296312002275>. Acesso em: 25 Out. 2019.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA. Instrução Normativa N° 28 de 26 de julho de 2018 Estabelece as listas de constituintes, de limites de uso, de alegações e de rotulagem complementar dos suplementos alimentares. Brasília, DF, 26 jul. 2018. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 26 jul. 2018a, Seção 1, p.132. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34380639/doi-10.12666/2018-07-27-instrucao-normativa-in-n-28-de-26-de-julho-de-2018-34380550. Acesso em: 25 Out. 2019.

BRASIL. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA. Resolução RDC 243, de 26 de julho de 2018. Dispõe sobre os requisitos sanitários dos suplementos alimentares. **Diário Oficial da União, Brasília**, DF, 26 jul. 2018b, Seção 1, p.100. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34379969/do1-2018-07-27-resolucao-da-diretoria-colegiada-rdc-n-243-de-26-de-julho-de-2018-34379917. Acesso em: 25 Out. 2019.

BRASIL. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA. Como anda a nova proposta de Suplementos Alimentares?. jan. 2017. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/noticias/-/asset_publisher/FXrpx9qY7FbU/content/como-anda-a-nova-proposta-de-suplementos-alimentares-/219201?inheritRedirect=false

BRASIL. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA. Evento debate regulação de Suplementos Alimentares. jul. 2017. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/noticias/-/asset_publisher/FXrpx9qY7FbU/content/evento-debate-regulacao-de-suplementos-alimentares/219201?p_p_auth=YdftBkqD&inheritRedirect=false. Acesso em: 25 Out. 2019.

BRASIL. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária-ANVISA. Portaria nº 222, de 24 de março de 1998. Aprova o Regulamento Técnico referente a Alimentos para Praticantes de Atividade Física. **Diário Oficial da União**; 25 mar 1998. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/documents/33864/284972/portaria_222.pdf/275752cc-5f68-4b80-97ce-19e95ce1e44b. Acesso em: 25 Jan. 2020.

BRASIL. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA. Suplementos Alimentares: Aprovada Consulta Pública. set. 2018. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/noticias/-/asset_publisher/FXrpx9qY7FbU/content/documento-orienta-sobre-suplementos-alimentares/219201 .Acesso em 05 Abr. 2020. Acesso em: 05 Abr. 2020.

BRASIL. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA. Suplementos Alimentares: Aprovada Consulta Pública. jun. 2020. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/noticias/-/asset_publisher/FXrpx9qY7FbU/content/aprovada-consulta-publica-sobre-suplementos-alimentares/219201. Acesso em 05 Abr. 2020. Acesso em: 15 Jun. 2020.

BRASIL, Ministério da Saúde (MS). Brasileiros atingem o maior índice de obesidade nos últimos treze anos. jul. 2019. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/45612-brasileiros-atingem-maior-indice-de-obesidade-nos-ultimos-treze-anos>. Acesso em: 14 de Abr 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde (MS). Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2ª ed. Brasília: MS; 2014.

BUBLITZ, M. G., *et al.* Promoting positive change: Advancing the food well-being paradigm. **Journal of Business Research**, v. 66, n. 8, p. 1211–1218, 2013. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296312002299>. Acesso em dez. 2019.

BUBLITZ, M. G., *et al.* The quest for eating right: Advancing food well-being. **Journal of Research for Consumers**, v. 19, p. 1-12, 2011. Disponível

em:http://jrconsumers.com/academic_articles/issue_19/Food_academic_final.pdf. Acesso em dez. 2019.

BUBLITZ, M. G., *et al.* Hunger and Food Well-Being: Advancing Research and Practice. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 38 n.2, p. 136-153, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0743915619827012>. Acesso em dez. 2019.

CANTORI, Andrea Mondino; DA FONTOURA SORDI, Maurício; NAVARRO, Antonio Coppi. Conhecimento sobre ingestão de suplementos por frequentadores de academias em duas cidades diferentes no sul do Brasil. **RBNE-Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, v. 3, n. 15, p. 10, 2009. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/114/112>. Acesso em 15 jun. 2020.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS (CFN). Resolução CFN nº600, de 25 de fevereiro de 2018. Dispõe sobre a definição das áreas de atuação do nutricionista e suas atribuições, indica parâmetros numéricos mínimos de referência, por área de atuação, para a efetividade dos serviços prestados à sociedade e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. 20 abr. 2018. Seção 1, n 76, p. 157. Disponível em: https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/resolucoes/Res_600_2018.htm. Acesso em 03 Jun. 2020.

CONSELHO REGIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA 20ª REGIÃO- SE (CREF20). O Brasil é o segundo em número de academias de ginástica. Disponível em: https://www.cref20.org.br/adm/resources/download_arquivo/8abf479b65f033a773bdde8315caf66b_5f1f7ce1e1b07.pdf. Acesso em 01 abr. 2021.

CARDOSO, R.P.Q.; VARGAS, S.V.S.; LOPES, W.C. Consumo de suplementos alimentares dos praticantes de atividade física em academias. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. São Paulo. v. 11. n. 65. p.584-592, 2017. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/1162>. Acesso em: 15 Jan. 2020.

COQUEIRO, R. S.; PETROSKI, E. L.; PELEGRINI, A.; BARBOSA, A. R. Insatisfação com a imagem corporal: avaliação comparativa da associação com estado nutricional em universitários. **Rev. Psiquiatria do Rio Grande do Sul**. v.30, n.1, p.31-38, 2008. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-81082008000100009&script=sci_arttext. Acesso em: 01 abr. 2020.

COSTA, W.S. A avaliação do estado nutricional e hábitos alimentares de alunos praticantes de atividade física de uma academia do município de São Bento do Uma-PE. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. v. 6, n. 36, p.464-469, 2012. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/344/348>. Acesso em: 15 Set. 2019.

COSTA, D. B ROCHA, N.C.A.; QUINTÃO, D.F. Prevalência do uso de suplementos alimentares entre praticantes de atividade física em academias de duas cidades do Vale do Aço/MG: fatores associados. **Revista Brasileira de Nutrição**, v. 7, n. 41, p. 13, 2013. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/406/387>. Acesso em: 15 Jan. 2020.

CRESPO C. J., *et al.* Prevalence of physical inactivity and its relation to social class in US adults: results from the Third National Health and Nutrition Examination Survey, 1988-1994. **Med Sci Sport Exerc**. v.31 n.12, p. 1821-1827, 1999. Disponível em: <https://europepmc.org/article/med/10613434>. Acesso em 20 jan. 2020.

CRONIN, J. *et al.* The bigger society: considering lived consumption experiences in managing social change around obesity. **European Journal of Marketing**, v. 48, n. 9–10, p. 1558–1578, 2014. Disponível em:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJM-02-2013-0065/full/html>. Acesso em 20 jan. 2020.

DAVIS, B.; PECHMANN, C. Introduction to the Special Issue on transformative consumer research: Developing theory to mobilize efforts that improve consumer and societal well-being. **Journal of Business Research**, v. 66, n. 8, p. 1168–1170, 2013.

DAVIS, B.; OZANNE, J. L.; HILL, R. P. The Transformative Consumer Research Movement. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 35, n. 2, p. 159–169, 2016.

DAVIS, B.; OZANNE, J. L. Measuring the impact of transformative consumer research: The relational engagement approach as a promising avenue. **Journal of Business Research**, v. 100, p. 311–318, 2019.

DE ALMEIDA, C. *et al.* Avaliação do conhecimento sobre nutrição esportiva, uso e indicação de suplementos alimentares por educadores físicos nas academias de Passo Fundo/RS. **Revista Brasileira de Nutrição**, v. 3, n. 15, p. 9, 2009.

DICKSON-SPILLMANN, M.; SIEGRIST, M.; KELLER, C. Development and validation of a short, consumer-oriented nutrition knowledge questionnaire. **Appetite**, v. 56, n. 3, p. 617–620, 2011. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666311000511>. Acesso em 15 fev. 2020.

DIENER, E., & EMMONS, R. A. The independence of positive and negative affect. **Journal of personality and social psychology**, v. 47 n. 5, p. 1105, 1984.

DIENER, E., SCOLLON, C. N., & LUCAS, R. E. The evolving concept of subjective wellbeing. The multifaceted nature of happiness. **Advances in Cell Aging and Gerontology**, v. p. 15, 187-219, 2003.

DIENER, E., SUH, E. M., LUCAS, R. E., & SMITH, H. L. Subjective well-being: Three decades of progress. **Psychological Bulletin**, v. 125, n. 2, p. 276-302, 1999. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/buy/1999-10106-007>. Acesso em: 15 fev. 2020.

DIEZ Garcia RW. Representações Sociais da Comida no Meio Urbano: algumas considerações para o estudo dos aspectos simbólicos da alimentação. **Rev. Cad. Debate**. v. 2, p. 12-24, 1994.

DIEZ-GARCIA, Rosa Wanda; CERVATO-MANCUSO, ana maria; VANNUCCHI, Helio; CERVATO-MANCUSO, Ana Maria. **Mudanças alimentares e educação nutricional**. Rio de 2011.

FERREIRA, Daianny Alves Araújo, *et al.* Caracterização do comportamento alimentar e estado nutricional de adultos. **Motri**. [online]. v. 14, n. 1, p. 252-258, 2018. Disponível em: <https://search.proquest.com/openview/dccf16be2e1add964283eb28ce16fa8f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=616555>. Acesso em: 20 jan. 2020.

FDA - FOOD AND DRUG ADMINISTRATION. Dietary Supplements Health and Education Act (DSHEA) of 1994. In: **Dietary supplements. United States: Center For Food Safety and Applied Nutrition**. 1995. Disponível em:

https://search.usa.gov/search?utf8=%E2%9C%93&affiliate=fda1&sort_by=&query=United+States%3A+Center+For+Food+Safety+and+Applied+Nutrition. Acesso em: 22 Jan 2020

FRADE, R.E.T.; VIEBIG, R.F.; MOREIRA, I.C.L.S.; FONSECA, D.C. Avaliação do consumo de suplementos nutricionais por frequentadores de uma academia da cidade de São Paulo-SP. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. v. 10. n. 55, p.50-58, 2016. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/606>. Acesso em: 15 abr. 2020.

FRENCH SA, JEFFERY RW, MURRAY D. Is dieting good for you? Prevalence, duration and associated weight and behaviour changes for specific weight loss strategies over four years in US adults. **Int J Obes Relat Metab Disord**. v. 23, n. 3, p. 320-327, 1999. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/0800822>. Acesso em: 15 abr. 2020.

FREY A, HOFFMANN I, HEUER T. Characterisation of vitamin and mineral supplement users differentiated according to their motives for using supplements: results of the German National Nutrition Monitoring (NEMONIT). **Public Health Nutr**. v. 20 n. 12, p. 2173-2182, 2017. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/public-health-nutrition/article/characterisation-of-vitamin-and-mineral-supplement-users-differentiated-according-to-their-motives-for-using-supplements-results-of-the-german-national-nutrition-monitoring-nemonit/45A0CB02B340AE881E56CF55F0C3F54F>. Acesso em: 15 abr. 2020.

FREITAS, M. DO C. S. DE; MINAYO, M. C. DE S.; FONTES, G. A. V. The field of Food and Nutrition from the perspective of comprehensive theories. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, n. 1, p. 31-38, 2011.

FREITAS, P. P., ASSUNÇÃO, A. Á., BASSI, I. B. & LOPES, A. C. S. Excesso de peso e ambiente de trabalho no setor público municipal. **Revista de Nutrição**, v. 29, n. 4, p. 519-527, 2016.

GIACOMONI, C. H. Bem-estar subjetivo: em busca da qualidade de vida. **Temas em Psicologia**. v. 12, n. 1, p. 43-50, 2004.

GRANT, J. WARDLE, A. Steptoe The relationship between life satisfaction and health behavior: a cross-cultural analysis of young adults **Int. J. Behav. Med.**, v. 16, n. 3, p. 259-268, 2009.

GRUNERT, K., DEAN, D., RAATS, M., NIELSEN, N., & LUMBERS, M. A measure of satisfaction with food-related life. **Appetite**, v. 49, n. 2, p. 486-493, 2007.

GUILLEMIN, I., MARREL, A., ARNOULD, B., CAPURON, L., DUPUY, A., GINON, E. et al.. How French subjects describe well-being from food and eating habits? Development, item reduction and scoring definition of the Well-Being related to Food Questionnaire (WellBFQ©). **Appetite**, v. 96, p. 333-346, 2016.

HAIR, Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Bookman Companhia Ed, 2005.

HERNANDEZ, A. J.; NAHAS, R. M., Modificações dietéticas, reposição hídrica, suplementos alimentares e drogas: comprovação de ação ergogênica e potenciais riscos para a saúde. **Rev. bras. med esporte**; 15, mar-abr 2009. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-86922009000400001. Acesso em jan. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/29520-desemprego-chega-a-14-6-no-terceiro-trimestre-com-alta-em-10-estados#:~:text=A%20taxa%20de%20desocupa%C3%A7%C3%A3o%20chegou,14%2C1%20milh%C3%B5es%20de%20pessoas>. Acesso em jan. 2020.

KENNEDY, Ann-Marie, “Macro-Social Marketing,” **Journal of Macromarketing**, 36 (3), 354-65, 2016.

KLINE, R. B. (2010). Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed.). **New York: The Guilford Press.**

KOSTER, E. P. Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective. **Food Quality and Preference**, v. 20, p. 70–82, 2009.

LAWRENCE, M.E. ; KIRBY, D. F. Nutrition and sports supplements factor or fiction. **Journal of Clinical Gastroenterology**, v. 35, n. 4, p. 299-306, 2002.

LEFEBVRE, R. CRAIG; P. KOTLER, “Design Thinking, Demarketing and Behavioral Economics: Fostering Interdisciplin-ary Growth in Social Marketing,” in The SAGE Handbook of Social Marketing, Gerard Hastings, Kathryn Angus, and Carol Bryant, eds. London, UK: Sage, p. 80-94, 2011.

LONG, D. et al. Personal Food Systems of Male Collegiate Football Players: A Grounded Theory Investigation. **Journal of Athletic Training**, v. 46, n. 6, p. 688–695, 2011.

LUZ, D. M.; *et. al.* Prevalência e fatores relacionado ao consumo de suplementos alimentares em acadêmicos do curso de educação física. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. v. 13. n. 77. p.62-73, 2019.

Mercado de Suplementos Alimentares no Brasil 2018-2022. Disponível em: <http://www.nutribrands.com/2019/07/30/mercado-de-suplementos-alimentares-no-brasil-20192020/>. Acesso em: 17 jul. 2020.

MAGALHÃES, P. Comportamento alimentar, estado nutricional e imagem corporal de estudantes de nutrição: aspectos psicossociais e percurso pedagógico. 2011, 164 f. Tese (Doutorado em Alimentos e Nutrição). Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2011.

MAGALHÃES, P.; MOTTA, D. G. A. psychosocial approach on the nutritional status and dietary behavior among students of Nutrition Sciences. **Nutrire: rev. Soc. Bras. Alim. Nutr. = J. Brazilian Soc. Food Nutr.**, São Paulo, SP, v. 37, n. 2, p. 118-132, ago. 2012.

MARÔCO, J. (2010). Análise de equações estruturais: fundamentos teóricos, software & aplicações. Pêro Pinheiro, ReportNumber.

MICK, David Glen. Meaning and mattering through transformative consumer research. **Advances in Consumer Research**, v. 33, n. 1, p. 1-4, 2006.

MICK, D.; PETTIGREW, S.; PECHMANN, C.; OZANNE, J. **Origins, qualities, and envisions of Transformative Consumer Research**. In: MICK, D.; PETTIGREW, S.; PECHMANN, C.; OZANNE, J. (Eds.) *Transformative Consumer Research for personal and collective well being: reviews and frontiers*. NY: Routledge, 2012.

MOLINERO, O.; MÁRQUEZ, S. Use of nutritional supplements in sports: risks, knowledge, and behavioural-related factors. **Nutr Hosp.**, p. 8, 2009.

MORATOYA, E. E.; CARVALHAES, G. C.; WANDER, A. E. ALMEIDA, L. M. M. C. Mudanças no padrão de consumo alimentar no Brasil. **Revista de Política Agrícola**. n. 1, p. 13, 2013.

MOROSINI, C.; KOENHLEIN, E. A. Sinais de vigorexia e uso de suplementos alimentares por praticantes de musculação de São Miguel do Oeste/SC. **Revista Brasileira Educação Física e Esporte**. São Paulo; v. 33, n. 3, p. 443-452, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1981-4690.v33i3p443-452>. Acesso em: 17 abr. 2020.

MOTTA, D. G.; MOTTA, C. G.; CAMPOS, R. R. Teorias psicológicas da fundamentação do aconselhamento nutricional. In: DIEZ-GARCIA, R. W. & CERVATO-MANCUSO, A. M. (coord.). *Mudanças alimentares e educação nutricional*. Rio de Janeiro: Guanabara-Koogan, p. 411, 2011.

NAHAS, M. V.; BARROS, M. V. G.; FRANCALACCI, V. O pentágulo do bem-estar: base conceitual para avaliação do estilo de vida de indivíduos ou grupos. **Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde**. v. 5, n. 2, p. 48-59, 2000. Disponível em: <https://rbafs.org.br/RBAFS/article/view/1002>. Acesso em: 20 jun. 2020.

NOGUEIRA, F.; SOUZA, A.; BRITO, A. Prevalência do uso e efeitos de recursos ergogênicos por praticantes de musculação nas academias brasileiras: uma revisão sistematizada. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, v. 18, n. 1, p. 16–30, 2013.

OLIVEIRA, H. K. S.; NOVAIS, V. P.; SILVA, F. C. Consumo de suplementos alimentares por jovens na estância turística de Ouro Preto-RO. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. Vol. 12. Num. 76. p.963-971, 2018. Disponível em: <http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/1181/838>. Acesso em: 20 Jan 2020.

OLIVEIRA, S. P. DE; THÉBAUD-MONY, A. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Revista de Saúde Pública**, v. 31, p. 201–208, 1997. Disponível em: <https://www.scielosp.org/article/rsp/1997.v31n2/201-208/pt/>. Acesso em Ago 2019.

Organização Mundial de Saúde - OMS (2015a), “Doenças não transmissíveis: ficha informativa”. Disponível em: www.who.int/mediacentre/fichas_informativas/fs355/en/ Acesso em: 05 dez. 2020.

Organização Mundial de Saúde - OMS (2015b), “Obesidade e sobrepeso: ficha informativa nº 311”. Disponível em: www.who.int/mediacentre/fichas_informativas/fs311/en/ Acesso em: 05 dez. 2020.

Organização Mundial de Saúde - OMS (2017), "Obesidade e excesso de peso". Disponível em: www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/ Acesso em: 05 dez. 2020.

QUADROS, T. M. B.; GORDIA, A. P.; MARTINS, C. R.; SILVA, D. A. S.; FERRARI, E. P.; PETROSKI, E. L. Imagem corporal em universitários: 48 associação com estado nutricional e sexo. *Motriz*, Rio Claro, v.16, n.1, p.78-85, 2010.

ROCHA, L. P.; PEREIRA, M. V. L. Consumo de suplementos nutricionais por praticantes de exercícios físicos em academias. *Revista de Nutrição*, v. 11, n. 1, p. 76-82, 1998.

RYFF. Além de Ponce de Leon e Satisfação da Vida: Novas Direções em Busca do Envelhecimento Bem Sucedido. **International Journal of Behavioral Development**. v. 12, n. 1, p. 35-55, 1989.

SAMAL, J.R.K.; SAMAL, I.R. Protein Supplements: Pros and Cons. **J Diet Suppl**. v. 15. n. 3. p. 365-371, 2018..

SANTOS, K. M. O. **Conhecimento e crenças sobre as vitaminas e o consumo de produtos vitamínicos**. 2000, 161 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Engenharia de Alimentos, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000. Disponível em: <http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/254534>. Acesso em: 20 Abr. 2020.

SANTOS. A. A., SANTOS, R. P. Uso de suplementos alimentares como forma de melhorar a performance nos programas de atividade física em academias de ginástica. **Rev. paul. Educ. Fís.** São Paulo: v. 16. p. 174-85, 2002.

SILVA, I.; PAIS-RIBEIRO, J. L.; CARDOSO, H. Porque comemos o que comemos? Determinantes psicossociais da seleção alimentar. **Psicologia, Saúde & Doenças**, v. 9, n.2, p. 189-208, 2008.

SIQUEIRA, P. C. A. Desenvolvimento e validação de uma escala de atitude sobre substâncias ergogênicas. atitude, consumo e imagem corporal na musculação. 2009, 255 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Alimento) Universidade Estadual de Campinas, Campinas-SP, 2009.

THOMÉ, K. M.; PINHO G. M.; HOPPE, A. "Consumption values and physical activities: consumers' healthy eating choices", **British Food Journal**, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2017-0683>. Acesso em dez. 2020.

VERGA, Everton, DA SILVA, Juliano Domingos; ALFINITO, Solange. "O bem-estar subjetivo no comportamento de compra de alimentos orgânicos." **Revista Administração em Diálogo-RAD**, v. 22, p. 95-117, 2020.

VIANA, V. Psicologia, saúde e nutrição: Contributo para o estudo do comportamento alimentar. **Análise Psicológica**, v.4, n. XX, p. 611-624, 2002.

VIANA, V.; SANTOS, P.L.; GUIMARÃES, M.J. Comportamento e hábitos alimentares em crianças e jovens: Uma revisão da literatura. **Psic., Saúde & Doenças**, v. 9, n.2, p.209-231, 2008.

VIANA, V.; CANDEIAS, L.; REGO, C.; SILVA, D. Comportamento alimentar em crianças e controlo parental: uma revisão da bibliografia. **Alimentação Humana - Revista da SPCNA**, v.15, n.1, p.9-16, 2009.

VIANA V.; SINDE, S. Estilo alimentar: adaptação e validação do questionário holandês do comportamento alimentar. **Psicologia: Teoria, Investigação e Prática**, v. 1, p. 59-71, 2003.

WILLIAMS MH. Suplementos dietéticos e desempenho esportivo: aminoácidos. **Nutrição em Pauta**. v. 12, n. 66, p. 56-60, 2004. Disponível em: https://www.nutricaoempauta.com.br/lista_artigo.php?cod=59. Acesso em: 05 Jul. 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Obesity: preventing and managing the global epidemic. Report of a WHO Consultation on Obesity. Geneve, 1998.

YAN, Y. et al. Is nutrient intake associated with physical activity levels in healthy young adults? **Public Health Nutrition**, v. 19, n. 11, p. 1983–1989, 2016.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

<u>SECÃO I - QUESTIONÁRIO DE COMPORTAMENTO ALIMENTAR</u>	
[0] nunca [1] raramente [2] / às vezes [3] frequentemente [4] muito frequentemente	
01. Você tem desejo de comer quando se sente irritado (a)?	[0] [1] [2] [3] [4]
02. Se a comida lhe parece apetitosa, você come mais do que o habitual?	[0] [1] [2] [3] [4]
03. Sente desejo de comer quando não tem nada para fazer?	[0] [1] [2] [3] [4]
04. Se o seu peso aumenta, você come menos do que o habitual?	[0] [1] [2] [3] [4]
05. Tem desejo de comer quando se sente deprimido (a) ou desanimado (a)?	[0] [1] [2] [3] [4]
06. Se a comida cheira bem ou tem bom aspecto, você come mais do que o habitual?	[0] [1] [2] [3] [4]
07. Você recusa comida ou bebidas, por estar preocupado (a) com seu peso?	[0] [1] [2] [3] [4]
08. Tem desejo de comer quando se sente sozinho (a)?	[0] [1] [2] [3] [4]
09. Se você vê ou sente o aroma de algo muito gostoso, sente desejo de comer?	[0] [1] [2] [3] [4]
10. Sente desejo de comer quando alguém o (a) deixa “pra baixo”?	[0] [1] [2] [3] [4]
11. Durante as refeições, você tenta comer menos do que gostaria de comer?	[0] [1] [2] [3] [4]
12. Se você tem alguma coisa muito saborosa para comer, come-a de imediato?	[0] [1] [2] [3] [4]
13. Tem desejo de comer quando se sente zangado (a)?	[0] [1] [2] [3] [4]
14. Você controla rigorosamente o que come?	[0] [1] [2] [3] [4]
15. Quando passa por uma padaria, sente vontade de comprar algo gostoso?	[0] [1] [2] [3] [4]
16. Sente desejo de comer quando alguma coisa desagradável parece estar prestes a acontecer?	[0] [1] [2] [3] [4]
17. Você come, propositamente, alimentos pouco “engordativos”?	[0] [1] [2] [3] [4]
18. Se vê alguém comendo, sente também desejo de comer?	[0] [1] [2] [3] [4]
19. Quando come demais em um dia, você procura comer menos no dia seguinte?	[0] [1] [2] [3] [4]
20. Tem desejo de comer quando se sente ansioso (a), preocupado (a) ou tenso (a)?	[0] [1] [2] [3] [4]
21. Você consegue deixar de comer alimentos muito apetitosos?	[0] [1] [2] [3] [4]
22. Você come menos, propositamente, para não aumentar o seu peso?	[0] [1] [2] [3] [4]
23. Sente desejo de comer quando as coisas não estão indo bem?	[0] [1] [2] [3] [4]
24. Quando você passa por uma confeitaria ou lanchonete, sente desejo de comer alguma coisa gostosa?	[0] [1] [2] [3] [4]
25. Tem desejo de comer quando se sente impaciente?	[0] [1] [2] [3] [4]
26. Você evita comer entre as refeições porque está controlando o peso?	[0] [1] [2] [3] [4]

[0] [1] [2] [3] [4]
27. Você come mais do que o habitual quando vê alguém comendo? [0] [1] [2] [3] [4]
28. Você tem desejo de comer quando se sente aborrecido (a)? [0] [1] [2] [3] [4]
29. Você tenta não comer, fora das refeições, porque está controlando o peso? [0] [1] [2] [3] [4]
30. Tem desejo de comer quando se sente amedrontado (a)? [0] [1] [2] [3] [4]
31. Você leva em consideração o seu peso, quando escolhe o que vai comer? [0] [1] [2] [3] [4]
32. Tem desejo de comer quando se sente desapontado (a) ou desiludido (a)? [0] [1] [2] [3] [4]
33. Quando você prepara uma refeição, sente desejo de petiscar alguma coisa? [0] [1] [2] [3] [4]

Fonte: Van Strien, Frijters, Bergers e Defares (1986) validado por Viana e Sinde (2003)

<u>SECÃO II-CONSUMO DE SUPLEMENTOS E FREQUÊNCIA DE USO</u>							
1. Assinale abaixo os tipos de suplementos que você usa, e com que frequência:							
Suplemento	Tipo	Diariamente 1 vez/semana.	2 a 3 vezes/semana.	4 a 5 vezes/semana.	1 a 2 vezes/mês	Menos que 1 vez/mês	Dosagem que utiliza em cada vez que usa o suplemento
<input type="checkbox"/> Suplementos vitamínicos e minerais	Ex: "Centrum" 500 mg	X					1 comprimido/dia
<input type="checkbox"/> Proteínas	Ex: "whey protein" Optimum 29,4 g		X				2 col. de sopa 2x/dia
<input type="checkbox"/> Carboidratos	Ex: "Maltodextrina, Milenium" Probiótica 40 g	X					3 col. de sopa 1x/dia
<input type="checkbox"/> Aminoácidos	Ex: "BCAA" Optimum 1000 mg			X			4 cápsulas 2x/dia
Outros							
<u>SECÃO III- LOCAIS DE COMPRA E MOTIVOS DE USO</u>							

1. Onde você costuma comprar os suplementos? (pode assinalar mais de uma opção)	
<input type="checkbox"/> Lojas específicas de suplementos nutricionais	<input type="checkbox"/> Pela Internet
<input type="checkbox"/> Farmácias	<input type="checkbox"/> Academias
<input type="checkbox"/> Supermercados	<input type="checkbox"/> Lojas de produtos naturais
<input type="checkbox"/> Outros	<input type="checkbox"/> Pelo correio
2. Por que você usa suplementos? (pode assinalar mais de uma opção)	
<input type="checkbox"/> Para garantir minha saúde	
<input type="checkbox"/> Para garantir minha performance esportiva	
<input type="checkbox"/> Para aumentar minha massa muscular	
<input type="checkbox"/> Para compensar deficiências da alimentação	
<input type="checkbox"/> Para prevenir doenças	<input type="checkbox"/> Porque faço regime para emagrecer
<input type="checkbox"/> Para ter mais energia	<input type="checkbox"/> Para combater o cansaço
<input type="checkbox"/> Outras razões. Por favor, especifique	
3. Quem indicou o uso de suplementos? (pode assinalar mais de uma opção)	
<input type="checkbox"/> Por indicação médica	
<input type="checkbox"/> Por indicação de nutricionista	
<input type="checkbox"/> Por indicação de treinador	
<input type="checkbox"/> Por indicação de amigo	
<u>SECÃO IV – FREQUÊNCIA E TEMPO GASTO NA ATIVIDADE FÍSICA</u>	
1. Quantas vezes por semana você pratica atividade física?	
<input type="checkbox"/> 1 vez	<input type="checkbox"/> 3 vezes
<input type="checkbox"/> 2 vezes	<input type="checkbox"/> 4 vezes
<input type="checkbox"/> 5 vezes	<input type="checkbox"/> 6 vezes
<input type="checkbox"/> 7 vezes	<input type="checkbox"/> menos de uma vez
2. Quantas horas você gasta cada vez que pratica atividade física?	
3. Você frequenta academia?	
Sim	Não
4. Qual atividade física você pratica?	

Fonte: Siqueira (2009) adaptada de Schrödet et al. (2002) e Santos (2000)

<u>SECÃO V – AVALIAÇÃO DO BEM-ESTAR SUBJETIVO RELACIONADO A COMIDA</u>	
[1] Discordo totalmente; [2] discordo em grande parte; [3] discordo em parte; [4] nem concordo nem discordo; [5] concordo em parte; [6] concordo em grande parte; [7] concordo totalmente.	
Item bem-estar	
32. É bom para o bem-estar	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
33. Me faz sentir bem	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
34. É bom para minha saúde	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
35. É nutritivo	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
36. Me faz sentir saciado	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
37. Isso me ajuda a controlar meu peso	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
38. Isso me mantém em forma	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
39. Isso me mantém saudável	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
40. Isso me dá energia	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
41. Isso me mantém alerta	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
42. Além disso, melhora meu desempenho mental	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
43. Melhora minha memória	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
44. Isso me ajuda a concentrar	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
45. Isso me faz pensar com clareza	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
46. Isso me faz sentir calmo e relaxado	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
47. Me faz sentir culpado	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
48. Isso me dá prazer	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
49. Isso me deixa animado	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
50. Sinto-me satisfeito	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
51. Me deixa triste	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
52. Me faz feliz	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
53. É bom para compartilhar com a família	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
54. Faz com que eu me sinta conectado aos outros	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
55. Melhora o que os outros pensam de mim	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
56. Isso me faz sentir apoiado por outros	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
57. É bom para compartilhar com amigos	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
58. Isso torna minha vida mais próxima do meu ideal	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
59. Me faz sentir mais perto da natureza	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
60. Isso me dá um sentimento de gratidão	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
61. Isso me dá paz interior	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
62. É bom para minha alma	
Maçã	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Bolo de chocolate	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]
Suplemento alimentar (<i>whey protein</i>)	[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Fonte: Ares *et al.* (2016)

1. Idade: _____ anos 2. Gênero: Masculino Feminino Outros			
3. Estado Civil: Casado		Separado ou Divorciado	
Solteiro		Outros	
4. Você tem filhos?	Sim	Quantos:	Não
5. Qual a sua escolaridade?			
1º grau completo	2º grau completo	Curso superior completo	Pós-graduação
1º grau incompleto	2º grau incompleto	Curso superior incompleto	Mestrado/Doutorado
6. Qual a sua situação habitacional?			
1 vive sozinho	3º vive com amigos	5 partilha com outros inquilinos	
2º vive com a família	4º vive com parceiro/a	6 outros especifique	
7. Reside em João Pessoa? Sim Qual bairro? _____			
Não Qual Cidade?		UF:	
89. Situação socioprofissional			
Empregado			
Desempregado			
Estudante			
Outras especifique			
9. Qual a sua Renda familiar?			
1 salário mínimo	3 a 5 salários mínimos		
2 salários mínimos	6 a 9 salários mínimos	acima de 10 salários mínimos	
10. Qual seu peso?			
11. Qual sua altura?			
12. e-mail:			

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

SEÇÃO VII- RECEBER RESULTADO

1. Você aceita receber o resultado da pesquisa?
 - a) Sim
 - b) Não

Obs: O resultado será encaminhado em forma de resumo e Charge

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada “Bem-estar alimentar e suplemento alimentar: comportamento de consumo ligado à atividade física a luz da TCR”, conduzida pela discente Herlane Chaves Paz (e-mail herlanepaz@hotmail.com), do Curso de Mestrado Acadêmico do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba, sob a orientação da Professora Dr^a Rita de Cássia de Faria Pereira. Este estudo tem por objetivo de caracterizar o comportamento alimentar e o bem-estar alimentar subjetivo dos indivíduos que consomem suplementos alimentares e praticam atividade física.

Ressalta-se que a participação não é obrigatória e que você poderá desistir e retirar seu consentimento. Sua participação nesta pesquisa consistirá em responder um questionário. Informamos que essa pesquisa não oferece riscos, previsíveis, para a sua saúde.

Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, o(a) senhor(a) não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas pelo Pesquisador(a). Caso decida não participar do estudo, ou resolver a qualquer momento desistir do mesmo, não sofrerá nenhum dano. Os pesquisadores estarão a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa. Diante do exposto, declaro que fui devidamente esclarecido(a) e dou o meu consentimento para participar da pesquisa e para publicação dos resultados. Estou ciente que receberei uma cópia desse documento.

João Pessoa, _____ de _____ de _____.

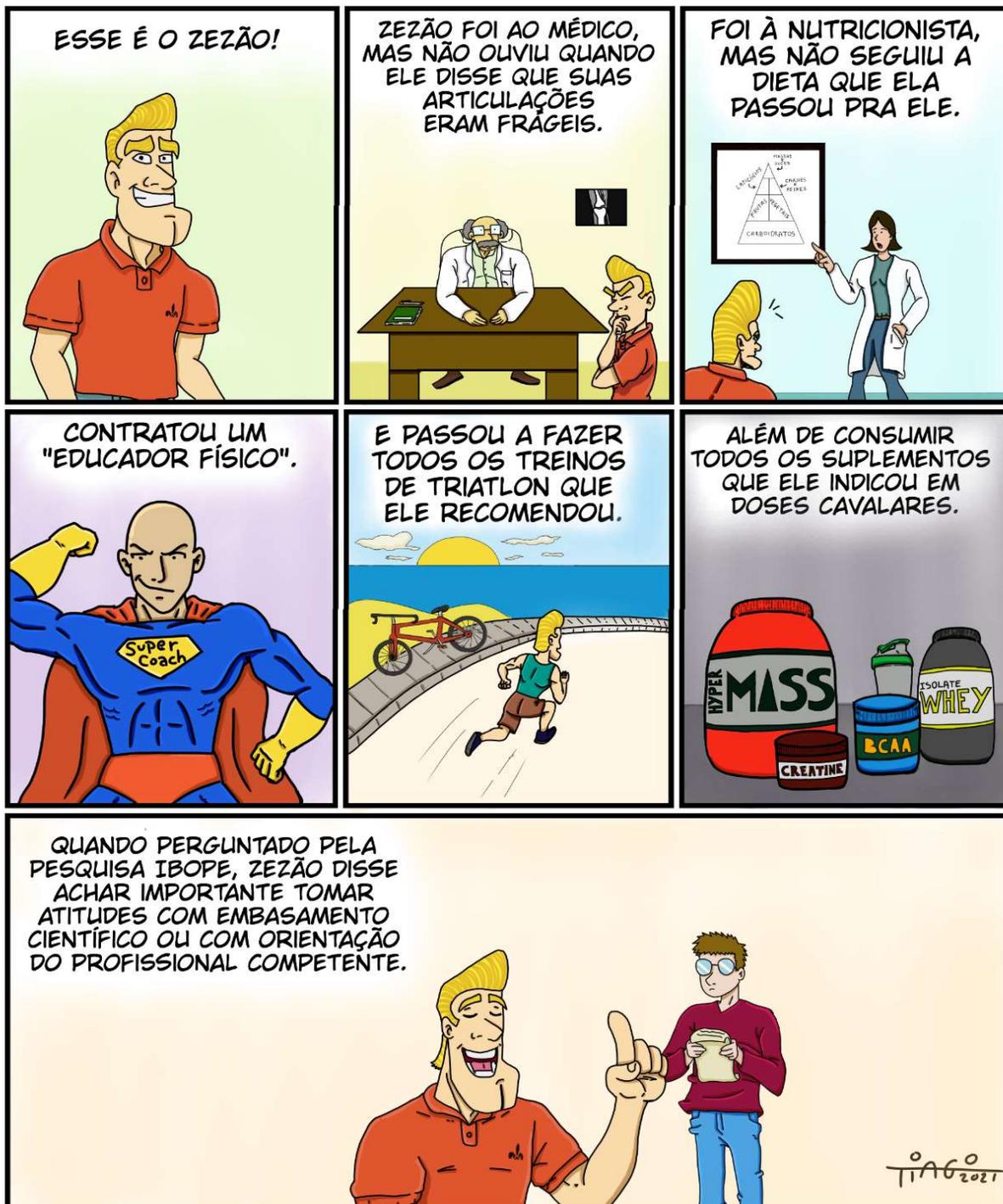
Assinatura do (a) participante: _____

Assinatura da pesquisadora: _____

APÊNDICE C – CHARGE CONSUMO DE SUPLEMENTOS E BEM-ESTAR ALIMENTAR

BEM-ESTAR ALIMENTAR

por Herlane Paz e Tiago André



CONSUMO DE SUPLEMENTO, COMPORTAMENTO E BEM-ESTAR ALIMENTAR SUBJETIVO

CONSUMO DE SUPLEMENTO ALIMENTAR

COMPORTAMENTO ALIMENTAR



CONSUMO DE MAÇÃ PARA O BEM-ESTAR SUBJETIVO

CONSUMO BOLO DE CHOCOLATE BEM-ESTAR SUBJETIVO

CONSUMO DE WHEY PARA O BEM-ESTAR SUBJETIVO



Não adianta praticar atividade física, frequentar academia, consumir suplemento alimentar, se não segue as orientações do nutricionista. Mesmo consumindo maçã e Whey Protein para o bem-estar físico, não se deixe influenciar pelo emocional ou social com consumo de bolo de chocolate.