

ESCOLHAS ALIMENTARES E DESEMPENHO FÍSICO: A PERCEPÇÃO DE CONSUMIDORES DE ULTRAPROCESSADOS EM UMA ACADEMIA DE NOVA IGUAÇU

FOOD CHOICES AND PHYSICAL PERFORMANCE: THE PERCEPTION OF ULTRA-PROCESSED FOOD CONSUMERS IN A GYM IN NOVA IGUAÇU

ELECCIÓN ALIMENTARIA Y RENDIMIENTO FÍSICO: LA PERCEPCIÓN DE CONSUMIDORES DE ULTRAPROCESADOS EN UN GIMNASIO DE NOVA IGUAÇU

Karolyna de Carvalho Corrêa Iglecia¹
Renata de Souza Mendonça²
Victor Hugo Cordeiro Rosa³

RESUMO: Este estudo investiga a percepção e o consumo de alimentos ultraprocessados entre frequentadores de academia em Nova Iguaçu, analisando sua relação com o desempenho físico. Alimentos como barras de proteína, bebidas esportivas e refeições prontas são amplamente consumidos por esse público devido à conveniência e ao apelo do marketing, apesar dos riscos associados à saúde, como obesidade, doenças cardiovasculares e inflamação crônica. A pesquisa utiliza uma abordagem quantitativa e descritiva, aplicando questionários estruturados para avaliar a frequência de consumo, as motivações e o conhecimento dos participantes sobre os impactos nutricionais desses produtos. A amostra é composta por praticantes de atividade física com 18 anos ou mais, frequentadores regulares da academia. Os resultados visam identificar padrões de consumo, lacunas de conhecimento e correlacionar características sociodemográficas com as escolhas alimentares. O estudo busca contribuir para a promoção de hábitos alimentares mais saudáveis e destacar o papel do nutricionista na orientação desse público. Conclui-se que há necessidade de ações educativas para alinhar as práticas alimentares aos objetivos de saúde e desempenho físico.

2129

Palavras-chave: Ultraprocessados. Desempenho físico. Exercício físico. Comportamento Alimentar. Academia.

ABSTRACT: This study investigates the perception and consumption of ultra-processed foods among gym-goers in Nova Iguaçu, analyzing their relationship with physical performance. Foods such as protein bars, sports drinks, and ready-to-eat meals are widely consumed by this population due to their convenience and marketing appeal, despite the health risks associated with them, such as obesity, cardiovascular diseases, and chronic inflammation. The research adopts a quantitative and descriptive approach, applying structured questionnaires to assess consumption frequency, motivations, and participants' knowledge regarding the nutritional impacts of these products. The sample consists of individuals aged 18 years or older who are regular gym users. The results aim to identify consumption patterns, knowledge gaps, and correlations between sociodemographic characteristics and food choices. The study seeks to contribute to the promotion of healthier eating habits and highlight the role of nutritionists in guiding this population. It concludes that educational actions are needed to align eating practices with health and physical performance goals.

Keywords: Ultra-processed foods. Physical performance. Physical exercise. Eating behavior. Gym.

¹ Discente do curso de graduação em Nutrição, Universidade Iguaçu.

² Discente do curso de graduação em Nutrição, Universidade Iguaçu.

³ Docente, Orientador, Universidade Iguaçu. Mestre em Alimentação, Nutrição e Saúde (UERJ). PhD Student em Ciência e Tecnologia de Alimentos (UFRRJ).

RESUMEN: Este estudio investiga la percepción y el consumo de alimentos ultraprocesados entre asistentes a un gimnasio en Nova Iguaçu, analizando su relación con el rendimiento físico. Alimentos como barras de proteína, bebidas deportivas y comidas preparadas son ampliamente consumidos por este público debido a su conveniencia y al atractivo del marketing, a pesar de los riesgos asociados para la salud, como la obesidad, enfermedades cardiovasculares y la inflamación crónica. La investigación utiliza un enfoque cuantitativo y descriptivo, aplicando cuestionarios estructurados para evaluar la frecuencia de consumo, las motivaciones y el conocimiento de los participantes sobre los impactos nutricionales de estos productos. La muestra está compuesta por practicantes de actividad física de 18 años o más, que asisten regularmente al gimnasio. Los resultados pretenden identificar patrones de consumo, lagunas de conocimiento y correlacionar características sociodemográficas con las elecciones alimentarias. El estudio busca contribuir a la promoción de hábitos alimentarios más saludables y destacar el papel del nutricionista en la orientación de este público. Se concluye que existe la necesidad de acciones educativas para alinear las prácticas alimentarias con los objetivos de salud y rendimiento físico.

Palabras clave: Ultraprocesados. Rendimiento físico. Ejercicio físico. Comportamiento Alimentario. Gimnasio.

INTRODUÇÃO

A alimentação é um dos pilares fundamentais para a manutenção da saúde e do desempenho físico, especialmente entre indivíduos que praticam regularmente atividade física. A busca por força, resistência, definição corporal e melhora do rendimento muitas vezes leva esse público a adotar estratégias alimentares específicas, que incluem o uso de suplementos, bebidas energéticas e alimentos de conveniência. No entanto, muitas dessas escolhas recaem sobre alimentos ultraprocessados, nem sempre compatíveis com os princípios da nutrição equilibrada (Monteiro *et al.*, 2019).

2130

Os alimentos ultraprocessados são produtos industrializados formulados a partir de substâncias extraídas ou derivadas de alimentos e aditivos de uso exclusivo industrial, como realçadores de sabor, corantes, emulsificantes e espessantes. São exemplos comuns: barras de proteína, bebidas esportivas adoçadas, refrigerantes, snacks, embutidos e refeições prontas. Apesar da conveniência e do apelo publicitário, seu consumo excessivo está associado a riscos como obesidade, dislipidemias, hipertensão e aumento de inflamações crônicas (Martins *et al.*, 2021).

Entre praticantes de atividade física, a presença desses produtos é notável, especialmente no pré e pós-treino. Isso ocorre, muitas vezes, pela crença de que tais itens são eficazes para recuperação muscular, aumento de energia ou ganho de massa magra. A ausência de conhecimento técnico e o forte apelo mercadológico podem levar à adoção de estratégias alimentares equivocadas, comprometendo os objetivos buscados pelos indivíduos (Silva; Santos, 2020).

Estudos têm apontado que, mesmo em academias ou ambientes voltados ao bem-estar físico, há uma tendência à supervalorização de produtos alimentícios ultraprocessados, frequentemente associados à ideia de “alto rendimento” ou “performance rápida”, sem que os praticantes conheçam os impactos reais à saúde. Isso revela uma lacuna importante entre prática alimentar e conhecimento nutricional (Costa *et al.*, 2022).

Além disso, é necessário considerar que o conceito de alimentação saudável nem sempre está presente de forma clara na percepção dos consumidores. O marketing voltado ao público *fitness*, muitas vezes, promove alimentos ricos em aditivos, açúcares e sódio como aliados da performance, quando, na realidade, esses produtos podem ser prejudiciais quando consumidos sem orientação (Oliveira; Cunha, 2018). Por isso, compreender como os praticantes de atividade física percebem e consomem esses produtos é essencial para orientar ações de educação nutricional mais eficazes.

Diante desse contexto, este trabalho busca investigar o consumo de alimentos ultraprocessados por praticantes de atividade física em uma academia do município de Nova Iguaçu, com o objetivo de averiguar quais itens são utilizados com a finalidade de manter rendimento, força e energia, e se há consciência crítica sobre suas escolhas alimentares. A análise dessas percepções pode contribuir para a promoção de práticas alimentares mais saudáveis e conscientes, além de reforçar o papel do nutricionista como agente de transformação no ambiente *fitness*. 2131

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo transversal, de abordagem quantitativa e caráter descritivo, realizado com 100 frequentadores de academia em Nova Iguaçu (RJ). Os dados foram coletados por meio de questionário estruturado on-line (Google Forms®), contendo questões sobre perfil sociodemográfico, prática de atividade física, hábitos alimentares e consumo de alimentos ultraprocessados e suplementos.

Foram incluídos participantes com 18 anos ou mais, praticantes regulares de exercícios físicos, que aceitaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa sob parecer nº 7.175.012.

As respostas foram tabuladas no Microsoft Excel® 2021 e analisadas por estatística descritiva, com apresentação de frequências absolutas e relativas (%). Também foram

realizados cruzamentos entre variáveis de interesse, como sexo, faixa etária, uso de suplementos e consumo de ultraprocessados, para identificar padrões de associação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra foi composta majoritariamente por adultos jovens, com destaque para a faixa de 18 a 35 anos (69%), refletindo o público mais frequente em academias urbanas, voltado à estética corporal e melhora do desempenho físico. O predomínio do sexo feminino (56%) é compatível com levantamentos recentes sobre adesão a academias no Brasil, que apontam crescente presença de mulheres em atividades voltadas ao bem-estar e à saúde.

A alta escolaridade observada, mais de 70% com ensino superior completo ou em andamento, indica um perfil de praticantes com maior acesso à informação, o que potencialmente favorece o entendimento sobre nutrição e desempenho. Ainda assim, esse fator não garante práticas alimentares adequadas, pois a influência do marketing e a conveniência dos ultraprocessados podem sobrepor-se ao conhecimento técnico, como será discutido nas próximas seções.

Em síntese, a amostra representa um grupo jovem-adulto (Tabela 1), escolarizado e inserido em ambiente urbano, com condições propícias para refletir criticamente sobre 2132 alimentação, suplementação e performance, cenário ideal para investigar o paradoxo entre conhecimento e comportamento alimentar.

Tabela 1 – Perfil sociodemográfico dos participantes

Variável	Categoría	n	%
Sexo	Feminino	56	56,0
	Masculino	44	44,0
Faixa etária	18 – 25 anos	38	38,0
	26 – 35 anos	31	31,0
	36 – 45 anos	12	12,0
	46 – 55 anos	5	5,0
	56 – 65 anos	7	7,0
	Menos de 18 anos*	7	7,0
Escolaridade	Ensino médio completo	25	25,0
	Ensino superior incompleto	41	41,0
	Ensino superior completo	28	28,0
	Pós-graduação	6	6,0

* Respostas de menores de 18 anos foram desconsideradas nas análises comparativas subsequentes, conforme critérios éticos.

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Observa-se que a musculação é a modalidade predominante entre os participantes (61%), consolidando-se como a principal estratégia para objetivos estéticos e de desempenho. Essa predominância está em consonância com estudos que apontam a musculação como prática mais acessível e adaptável em academias, especialmente em contextos urbanos.

A maioria dos praticantes apresenta regularidade consolidada, 87% frequentam a academia três vezes por semana ou mais, e 67% praticam há pelo menos um ano, o que sugere engajamento contínuo e interesse real em melhorar o desempenho físico. Esse perfil é relevante, pois a adesão prolongada tende a estar associada a maior preocupação com alimentação e suplementação.

O objetivo de hipertrofia foi o mais citado (53%), reforçando o foco estético e de construção muscular. Esse dado ajuda a explicar, mais adiante, o elevado consumo de suplementos e produtos ultraprocessados “fitness”, frequentemente comercializados como facilitadores do ganho de massa magra.

Em conjunto, os resultados indicam um público experiente, disciplinado e orientado à performance, o que cria terreno fértil para investigar o impacto das escolhas alimentares e do marketing nutricional nesse ambiente.

Outro aspecto relevante é o tempo de exposição à prática esportiva, pois mais de dois terços dos entrevistados afirmaram treinar há mais de um ano. Esse dado sugere que o público avaliado já superou o período inicial de adaptação e tende a apresentar maior estabilidade de hábitos, inclusive alimentares. Estudos anteriores demonstram que indivíduos com maior tempo de prática apresentam maior probabilidade de aderir a estratégias nutricionais específicas, seja pela busca de otimização do rendimento, seja pela maior consciência sobre os efeitos do treinamento e da dieta no corpo.

Além disso, a alta frequência semanal de treinos (≥ 3 vezes por semana em 91% dos casos) indica um comportamento consistente de autocuidado e disciplina, características frequentemente associadas à adoção de suplementação proteica e produtos ultraprocessados “de conveniência”, voltados à recuperação muscular. Esse padrão reforça a importância de um acompanhamento nutricional profissional, uma vez que o uso não orientado de suplementos pode levar ao desequilíbrio de macronutrientes e ao consumo excessivo de aditivos. Assim, o perfil de prática física identificado nesta amostra serve como base para compreender o padrão alimentar moderno dos frequentadores de academia, onde desempenho e praticidade frequentemente se sobrepõem à alimentação natural e equilibrada.

Tabela 2 – Perfil da prática de atividade física dos participantes

Variável	Categoría	N	%
Modalidade praticada	Musculação	61	61,0
	Crossfit / Treinamento funcional	14	14,0
	Dança / Ginástica	9	9,0
	Corrida / Ciclismo	10	10,0
	Lutas / Artes marciais	6	6,0
Tempo de prática	< 6 meses	12	12,0
	6 meses a 1 ano	21	21,0
	1 a 3 anos	42	42,0
	> 3 anos	25	25,0
Frequência semanal	1-2 vezes	9	9,0
	3-4 vezes	46	46,0
	5 vezes ou mais	45	45,0
Objetivo principal	Hipertrofia muscular	53	53,0
	Condicionamento físico / saúde	29	29,0
	Emagrecimento	13	13,0
	Definição muscular / estética	5	5,0

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

2134

Quanto ao uso de suplementos e o consumo de alimentos ultraprocessados entre praticantes de atividade física em academia, os resultados (Tabela 3) revelam um alto índice de uso de suplementos (72%), refletindo a tendência crescente de substituição de refeições por produtos concentrados em proteínas e micronutrientes, com apelo à praticidade e à performance. Esse percentual é superior ao encontrado em estudos nacionais com praticantes de academias, o que indica um padrão consolidado de dependência simbólica e funcional de suplementos entre frequentadores regulares.

A frequência de uso também chama atenção: quase um terço dos respondentes faz uso diário, o que sugere que tais produtos deixaram de ser complementares e passaram a integrar a rotina alimentar. Essa prática, quando não acompanhada por orientação profissional, pode levar a excessos proteicos e desequilíbrios nutricionais, principalmente pela substituição de alimentos naturais por produtos industrializados.

O consumo de alimentos ultraprocessados com apelo “fitness” (barras, shakes, snacks) foi reportado como frequente ou ocasional por 83% dos participantes, reforçando o paradoxo contemporâneo da alimentação saudável: indivíduos fisicamente ativos, mas dependentes de

produtos altamente industrializados. Essa contradição reflete o impacto do *marketing* nutricional, que associa conveniência e performance a alimentos processados, disfarçando o caráter ultraprocessado por meio de rótulos como “zero açúcar” e “alto teor de proteína”.

Esses achados evidenciam a necessidade de intervenção educativa em academias, com foco na interpretação crítica de rótulos e na revalorização dos alimentos in natura. A popularização dos ultraprocessados “esportivos” representa não apenas uma mudança de padrão alimentar, mas também uma reconfiguração simbólica do que se entende por saúde, onde o industrial e o natural se confundem sob o discurso da praticidade.

Esse cenário reforça que, embora o grupo estudado demonstre alto nível de escolaridade e consciência sobre a importância da alimentação, a pressão estética e o imediatismo do desempenho físico ainda exercem maior influência sobre as escolhas alimentares do que o conhecimento técnico. O desafio, portanto, recai sobre o profissional nutricionista, que deve atuar não apenas como prescritor de dietas, mas como educador crítico, capaz de desmistificar o marketing nutricional e restaurar a relação equilibrada entre alimentação, corpo e performance.

Tabela 3 – Uso de suplementos e consumo de alimentos ultraprocessados entre praticantes de academia

Variável	Categoría	n	%
Uso de suplementos alimentares	Sim	72	72,0
	Não	28	28,0
Frequência de uso de suplementos	Diário	31	31,0
	3-4 vezes por semana	21	21,0
	Esporádico	20	20,0
	Nunca	28	28,0
Consumo de produtos ultraprocessados “fitness” (barras, shakes, snacks)	Frequente	39	39,0
	Ocasional	44	44,0
	Raro ou nunca	17	17,0

2135

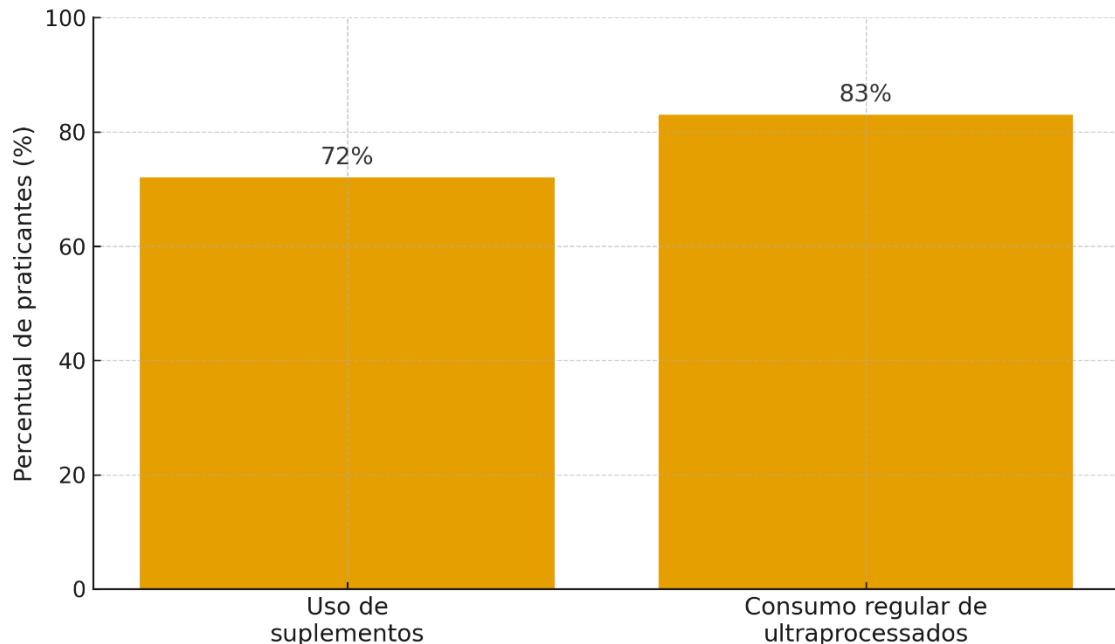
Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Quanto a relação no uso de suplementos e o consumo de alimentos ultraprocessados, o Gráfico 1 evidencia que o padrão de uso de suplementos (72%) acompanhada de forma direta o consumo regular de ultraprocessados (83%), revelando uma forte convergência de comportamentos. Essa sobreposição indica que a prática de suplementação, frequentemente associada à busca por saúde e desempenho, é acompanhada pela incorporação de produtos industrializados na rotina alimentar.

Essa tendência sugere a consolidação de uma “alimentação funcionalizada”, na qual a escolha do alimento é mediada pelo propósito (ganho de massa, energia, definição) e não necessariamente por seu valor nutricional integral. O dado reforça a influência do marketing de conveniência e da estética corporal sobre as decisões alimentares, transformando o consumo de ultraprocessados em uma prática socialmente legitimada dentro do ambiente fitness.

Em termos práticos, o gráfico demonstra o deslocamento do comer natural para o comer performático, reforçando o papel essencial do nutricionista como mediador crítico na desconstrução de discursos comerciais e na reeducação alimentar desse público.

Gráfico 1 – Uso de suplementos e consumo de ultraprocessados



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

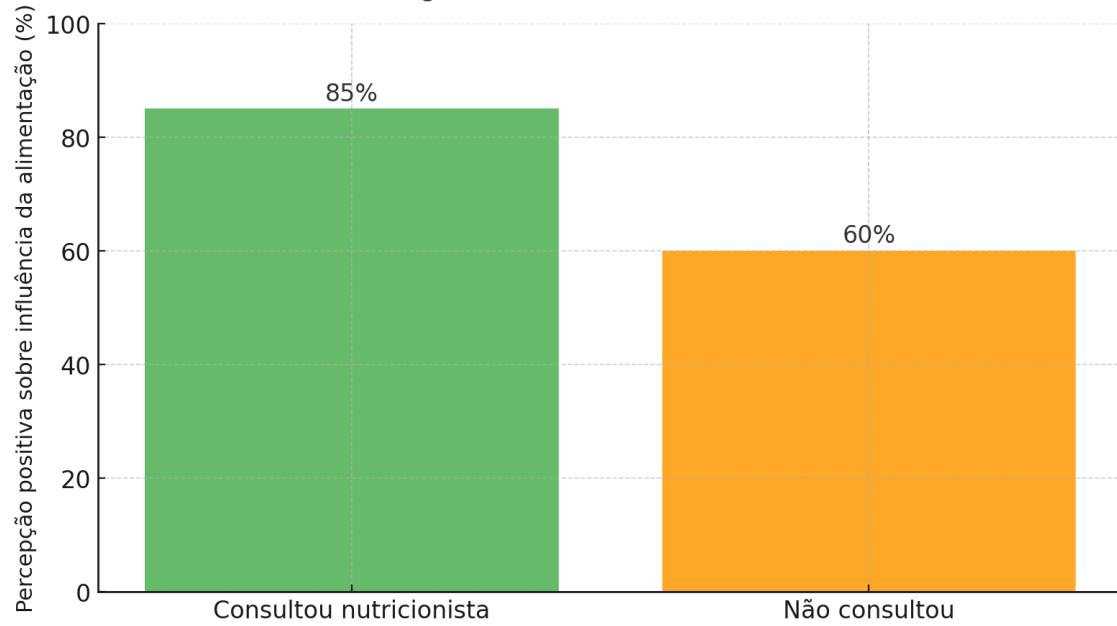
2136

Os resultados apresentados nos Gráficos 2 e 3 aprofundam a compreensão sobre os determinantes comportamentais das escolhas alimentares entre praticantes de academia, evidenciando a influência da orientação profissional e do marketing sobre as percepções e práticas nutricionais.

No Gráfico 2, observa-se que 93,7% dos participantes que já consultaram um nutricionista afirmam que a alimentação influencia fortemente o desempenho físico, contra 86,5% entre aqueles sem acompanhamento profissional. Essa diferença, ainda que sutil, reflete a importância do nutricionista como mediador de informação confiável, capaz de transformar uma crença difusa de que “comer bem é importante” em uma convicção fundamentada em evidências. A consulta profissional não apenas reforça a percepção positiva da alimentação, mas

também organiza prioridades alimentares, reduz a confusão conceitual sobre dietas e melhora a capacidade crítica diante de promessas de mercado. Assim, o nutricionista atua como agente de tradução entre o discurso técnico e a prática cotidiana, alinhando o comportamento alimentar aos objetivos individuais de desempenho, estética e saúde.

Gráfico 2 – Percepção da influência da alimentação no desempenho segundo consulta ao nutricionista



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

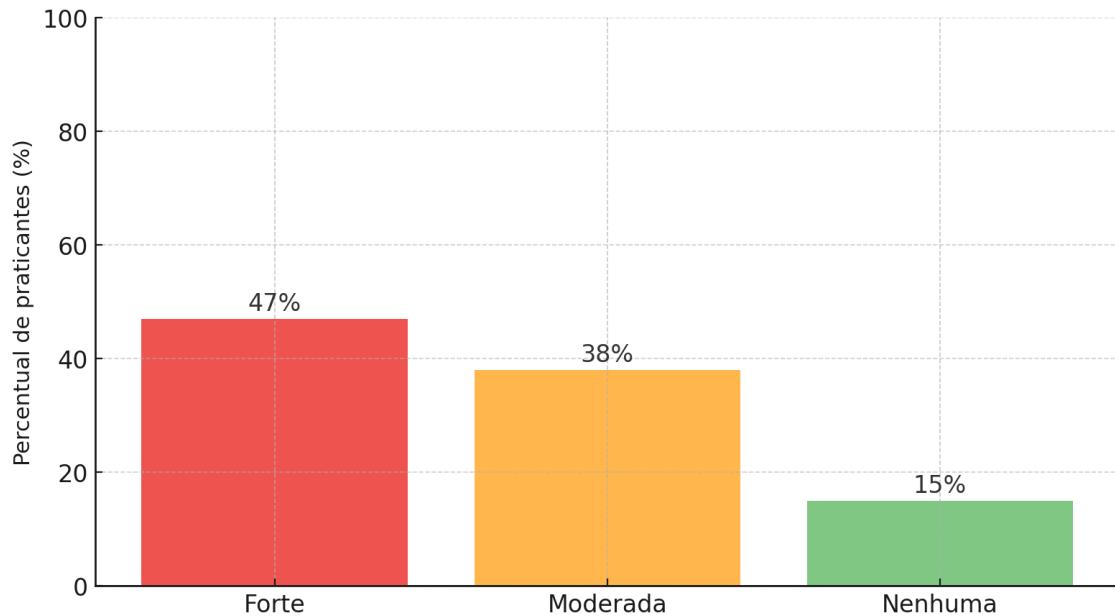
2137

Apesar desse reconhecimento elevado, a quase unanimidade das respostas positivas também pode refletir viés de desejabilidade social, já que o público estudado majoritariamente jovem, ativo e escolarizado tende a valorizar hábitos que simbolizam disciplina e autocuidado. Contudo, o dado revela um ponto essencial: a crença na importância da alimentação não é o problema; o desafio está em transformá-la em prática consistente, o que exige estratégias de educação alimentar contextualizadas ao ambiente das academias.

O Gráfico 3 complementa essa análise ao mostrar que 56% dos entrevistados reconhecem influência significativa ou moderada do *marketing* em suas escolhas alimentares, sendo 35% intensamente impactados. Tal resultado denuncia o poder simbólico do mercado fitness, que transforma produtos ultraprocessados como *shakes*, barras e *snacks* proteicos em ícones de saúde e eficiência. Esse processo gera um paradoxo de modernidade alimentar: indivíduos informados e preocupados com a nutrição, mas que reproduzem escolhas moldadas por apelos publicitários e conveniência. A influência do *marketing*, nesse contexto, ultrapassa o campo comercial e

adentra o simbólico, convertendo o consumo de determinados produtos em sinal de pertencimento e identidade dentro da cultura de performance corporal.

Gráfico 3 – Influência percebida do marketing sobre as escolhas alimentares



Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Do ponto de vista prático, tais achados reforçam a necessidade de estratégias de contra comunicação e intervenção educativa nos espaços de treino, com ações simples e de grande impacto: rotulagem interpretativa segundo o grau de processamento dos produtos, campanhas breves de esclarecimento e reposicionamento de alimentos in natura em locais de destaque. O nutricionista, nesse cenário, deixa de ser apenas prescritor e assume papel de educador crítico, capaz de questionar a hegemonia do discurso mercadológico e ressignificar o conceito de alimentação saudável dentro do universo fitness.

2138

Por fim, a leitura conjunta dos dois gráficos evidencia o núcleo da contradição contemporânea: os praticantes reconhecem o papel fundamental da alimentação para a performance, mas permanecem vulneráveis às lógicas de consumo que priorizam praticidade, estética e promessa de resultado rápido. Essa tensão entre saber e fazer resume o desafio do nutricionista moderno reconciliar ciência, cultura alimentar e cotidiano, construindo pontes entre o corpo que treina e o corpo que se alimenta.

A análise dos resultados revela que, embora os praticantes de atividade física demonstrem elevada consciência sobre a importância da alimentação, suas práticas ainda refletem contradições entre saber e fazer. O discurso do “comer saudável” se encontra cada vez mais moldado pela lógica de desempenho e pela conveniência industrial. Essa ambiguidade

confirma o que Lima e Menezes (2020) chamam de *cultura da performance corporal*, em que o corpo é tratado como capital simbólico e o alimento, como instrumento de otimização. Nesse contexto, a alimentação deixa de ser um ato cultural e afetivo para tornar-se um meio técnico de alcançar metas estéticas.

A presença do nutricionista, segundo os achados deste estudo, funciona como um agente moderador dessa relação entre conhecimento e prática, ampliando a consciência crítica do praticante diante das escolhas alimentares. Autores como Torres et al. (2021) e Santos e Pereira (2023) destacam que a intervenção profissional não apenas orienta o consumo, mas reconfigura o modo como o indivíduo percebe o alimento, ajudando-o a distinguir entre necessidades fisiológicas reais e demandas criadas pelo mercado. Assim, o papel do nutricionista extrapola a prescrição dietética e se insere no campo da educação alimentar, promovendo um olhar mais reflexivo sobre o que se come e por que se come.

Contudo, o estudo evidencia que a racionalidade técnica muitas vezes é capturada pelo discurso do marketing, que transforma o produto ultraprocessado em símbolo de eficiência e modernidade. Essa transposição do “industrial” para o “funcional” cria uma nova hierarquia alimentar, na qual o grau de processamento é ocultado sob o verniz do apelo proteico, do “zero açúcar” e da embalagem esportiva. Monteiro et al. (2019) alertam que esse processo simbólico compromete a compreensão pública sobre o conceito de alimento saudável, deslocando o foco da matriz alimentar para o nutriente isolado. O resultado é um campo de confusão onde o “fit” e o “natural” se sobrepõem, dissolvendo fronteiras conceituais.

2139

Essa distorção é reforçada pela dimensão identitária do consumo, conforme argumentam Castro e Paixão (2022), ao apontarem que a alimentação nas academias se tornou também um marcador social. O consumo de suplementos, shakes e barras não é apenas funcional, mas comunicativo representa pertencimento a uma comunidade de esforço, disciplina e estética corporal. Essa dimensão simbólica explica por que mesmo indivíduos conscientes mantêm padrões de consumo contraditórios: não se trata apenas de uma questão de informação, mas de autoafirmação e pertencimento. A indústria, ciente disso, sustenta sua legitimidade explorando a linguagem da ciência e da performance, o que dificulta a distinção entre orientação técnica e discurso publicitário.

Diante desse panorama, a discussão converge para a necessidade de intervenções educativas permanentes nos espaços de prática esportiva, que ultrapassem a simples correção de hábitos. Como propõem Martins et al. (2021), é preciso adotar abordagens críticas que

enfrentem o marketing de ultraprocessados e restituam ao alimento seu valor simbólico, nutricional e cultural. O nutricionista emerge como mediador essencial nesse processo, não para proibir, mas para recontextualizar ajudando o indivíduo a compreender o papel tático de certos produtos e a resgatar a centralidade dos alimentos in natura na promoção de desempenho e saúde sustentáveis. A verdadeira performance, nesse sentido, não reside na suplementação ou na estética, mas na coerência entre corpo, cultura e consciência alimentar.

CONCLUSÃO

Os achados deste estudo evidenciam que o público frequentador de academias comprehende a relevância da alimentação na performance física, mas essa consciência é constantemente tensionada por fatores culturais e mercadológicos que distorcem o conceito de alimentação saudável. A busca por resultados rápidos e estéticos impulsiona o consumo de suplementos e produtos ultraprocessados com apelo “fit”, configurando um comportamento alimentar tecnificado e simbólico, mais orientado pela conveniência e pela imagem do que pela qualidade nutricional real.

Constata-se que a atuação do nutricionista é determinante para reorientar o praticante de atividade física dentro desse cenário de contradições. A intervenção profissional não se limita à prescrição dietética, mas amplia-se para o campo da educação alimentar crítica, fortalecendo a autonomia e a capacidade reflexiva do indivíduo diante do marketing nutricional e das promessas de eficiência. O diálogo entre ciência, cultura alimentar e cotidiano emerge como eixo central para a construção de práticas mais conscientes, sustentáveis e condizentes com o verdadeiro conceito de saúde.

Além disso, o estudo sugere a urgência de estratégias institucionais em academias, voltadas à educação alimentar e à regulação de produtos ultraprocessados ofertados nesses espaços. A criação de ambientes educativos que promovam escolhas mais informadas pode contribuir para romper o ciclo de consumo simbólico e revalorizar o alimento in natura como componente essencial da performance e do bem-estar.

Por fim, os resultados reforçam a ideia de que o corpo que treina precisa dialogar com o corpo que se alimenta. O desempenho físico não é produto isolado da disciplina ou da suplementação, mas expressão da coerência entre práticas, valores e consciência alimentar. Avançar nesse debate significa reposicionar a nutrição como prática cultural, ética e científica um caminho para que a estética e a saúde não se oponham, mas coexistam em harmonia.

REFERÊNCIAS

- AMAWI, A. T.; AL-HUSSEIN, F. A.; ALBASHA, M. A.; JABER, M. A.; HADDAD, R. K. Athletes' nutritional demands: a narrative review of nutritional requirements. *Frontiers in Nutrition*, v. 10, p. 1331854, 2024.
- ARAÚJO, T. R.; SOUZA, G. F.; NOGUEIRA, L. M. Percepção do consumidor sobre rótulos de produtos alimentícios fitness. *Revista de Nutrição Aplicada*, v. 34, n. 2, p. 112–120, 2020.
- ASSUNÇÃO, M. C. F.; LIMA, T. R.; COSTA, L. V. S.; GOMES, R. F. Consumo de alimentos ultraprocessados e indicadores de risco cardiovascular: revisão sistemática. *Revista de Nutrição*, v. 34, p. e2000010, 2021.
- BRASIL. Ministério da Educação. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). *Limitação da oferta de alimentos ultraprocessados na merenda escolar*. Brasília: FNDE, 2025.
- BRASIL. Ministério da Saúde. *Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável*. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2019.
- BURKE, L. M.; HAWLEY, J. A.; JEUKENDRUP, A. E. Periodised nutrition for athletes: integrating scientific advances into practice. *Sports Medicine*, v. 54, n. 2, p. 215–228, 2023.
- CASTRO, L. H.; PAIXÃO, F. M. Corpo, consumo e performance: a alimentação como marcador social nas academias contemporâneas. *Cadernos de Estudos Culturais*, v. 18, n. 3, p. 67–84, 2022.
- CLOSE, G. L.; KASPER, A. M.; WALSH, N. P. Whole-food strategies to optimize performance nutrition: beyond the supplement culture. *Nutrition Reviews*, v. 82, n. 2, p. 121–136, 2024.
- COSTA, R. P.; SANTOS, B. M.; LIMA, M. F.; PEREIRA, D. L.; RIBEIRO, T. F. Consumo de alimentos ultraprocessados entre praticantes de academia: percepção e realidade. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 16, n. 2, p. 97–105, 2022.
- FERREIRA, C. S.; DIAS, P. R. Educação nutricional e mudança de comportamento alimentar: o papel transformador do nutricionista. *Revista Saúde e Sociedade*, v. 29, n. 4, p. 45–52, 2020.
- LIMA, R. A.; MENEZES, C. T. Estética corporal e cultura do desempenho. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, v. 34, n. 1, p. 88–96, 2020.
- MARTINS, A. P. B.; LOUZADA, M. L. C.; LEVY, R. B.; MONTEIRO, C. A. Alimentos ultraprocessados e obesidade no Brasil: evidências de uma associação. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 37, n. 4, p. e00050320, 2021.
- MARTINS, C. A.; MONTEIRO, C. A.; GARZILLO, J. M. F. Regulação do marketing de alimentos ultraprocessados: desafios e perspectivas. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 37, n. 12, p. e00245620, 2021.

MENDES, A. L.; FREITAS, D. M.; SOUZA, P. H.; CASTRO, R. J.; MOURA, E. M. Alimentos ultraprocessados e inflamação sistêmica: implicações para a prática clínica. *Revista Brasileira de Nutrição Clínica*, v. 37, n. 2, p. 101-107, 2022.

MENEZES, T. M. O.; LIMA, J. S.; FIGUEIREDO, C. F.; CARVALHO, M. A.; BRITO, L. C. Estratégias alimentares e percepção nutricional de praticantes de musculação. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 43, n. 1, p. 1-9, 2021.

MONTEIRO, C. A.; CANNON, G.; LEVY, R. B.; MOUBARAC, J. C.; LOUZADA, M. L. C.; JAIME, P. C. The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification and the trouble with ultra-processing. *Public Health Nutrition*, v. 22, n. 1, p. 5-17, 2019.

MONTEIRO, C. A.; LOUZADA, M. L. C.; LEVY, R. B.; CANNON, G.; JAIME, P. C. Ultra-processed foods and health: scientific evidence. *Revista de Saúde Pública*, v. 57, n. 1, p. 1-13, 2023.

OLIVEIRA, L. M.; CUNHA, C. F. A influência do marketing alimentar na escolha de produtos fitness ultraprocessados. *Revista Interdisciplinar de Nutrição*, v. 11, n. 1, p. 43-51, 2018.

SANTOS, A. P.; PEREIRA, V. C. O papel do nutricionista na reeducação alimentar em academias de ginástica. *Revista Saúde em Movimento*, v. 45, n. 1, p. 59-72, 2023.

SILVA, A. F.; ROCHA, E. L.; MATOS, D. R. Educação alimentar e nutricional: entre o saber e o fazer. *Revista de Ciências da Saúde*, v. 48, n. 3, p. 211-223, 2022.

TORRES, F. M.; LIRA, P. S.; CAMARGO, D. T. Educação alimentar e comportamento nutricional em praticantes de musculação. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, v. 15, n. 94, p. 1-10, 2021.