

**Pró-reitora de Graduação
Curso de Nutrição
Trabalho de Conclusão de Curso**

**Análise da composição nutricional de chocolates “fitness”
e “convencionais”**

**Autores: Iandra Araujo Martins Pedroso;
Camila Mendes Vilaronga;
Ana Luíza Paixão Rabelo.
Orientador (a): Prof^a MsC Iama Marta de Araújo Soares**

**Brasília – DF
2019**

**IANDRA ARAUJO MARTINS PEDROSO
CAMILA MENDES VILARONGA
ANA LUÍZA PAIXÃO RABELO**

**Análise da composição nutricional de chocolates “fitness”
e “convencionais”**

Artigo apresentado ao curso de graduação em
Nutrição da Universidade Católica de Brasília,
como requisito parcial para obtenção do Título
de Bacharel em Nutrição.

Orientador (a): Prof^a MsC. Iama Marta de
Araújo Soares

**Brasília
2019**

PEDROSO, Iandra Araujo; VILARONGA, Camila Mendes; RABELO, Ana Luíza Paixão. Análise da composição nutricional de chocolates “fitness” e “convencionais”. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Católica de Brasília para obtenção do título de bacharel em Nutrição.

RESUMO

A adoção de comportamentos que evocam a um modelo estético corporal, que se manifesta no compromisso com exercícios físicos e dietas, é uma realidade nos dias de hoje. Sendo assim, é crescente a busca por alimentos que estejam associados à conquista de um corpo mais magro e definido. Neste sentido, o presente estudo buscou analisar a rotulagem nutricional de chocolates designados como “fit”, “life” e “lifte”, isto é, cujo *marketing* induza aos ideais do contexto “*fitness*”. Foi realizado um estudo transversal, objetivando coletas e avaliações de dados. A amostra foi constituída por 12 (doze) marcas, sendo 06 (seis) *fitness* e 06 (seis) convencionais. Os resultados mais expressivos foram quanto à redução dos valores energético e de carboidratos totais da maioria, 67% (n=4) dos produtos *fitness*. Com relação às proteínas, 50%, (n=3), deste grupo apresentaram acréscimo importante, comparativamente aos produtos convencionais. Não foram apresentadas vantagens que justifiquem a escolha de chocolates *fitness* quanto ao incremento de fibras ou redução de sódio. A quantidade de gordura saturada encontrada em 34% (n=2) dos chocolates comercializados como *fitness* foi preocupante, especialmente porque apresentaram quantidades superiores aos produtos convencionais, antagonicamente ao que se espera de uma proposta de alimento mais saudável. Conclui-se que é necessária a leitura dos rótulos, frente às expectativas de cada consumidor, quanto às escolhas conscientes e que deve-se valorizar uma alimentação equilibrada aliada à exercícios físicos regulares para a promoção da saúde. Faz-se necessária uma normatização brasileira para a definição do termo *fitness* quanto ao emprego desta terminologia na indústria alimentícia.

Palavras chaves: Fitness; Rotulagem de alimentos; chocolate

1.INTRODUÇÃO

Na atualidade é crescente, nas esferas mundial e brasileira, a adoção de comportamentos que evocam a adaptação a um modelo estético, que se manifesta no compromisso com os exercícios físicos, dietas alimentares, alterações de corpos por meio de intervenções e consumo de produtos que prometem otimizar o metabolismo humano, sustentados por discursos científicos propalados pela mídia de massa, que dissemina modelos corporais e padrões de beleza, tendo como referência o corpo magro (BASTOS *et al.*, 2013; SOUZA, 2016).

“O corpo é também o *marketing* de si mesmo. É na sua aparência, tonicidade, juventude e magreza que revelamos quem somos, a chave do sucesso, mas também do fracasso” (SANTOS, 2008: p. 30).

Nos países industrializados a desestruturação das refeições já é uma realidade, quer seja pelo processo de urbanização ou pelas modificações na estrutura familiar, onde as escolhas alimentares parecem seguir diferentes padrões conforme o ciclo da vida e o gênero. Mulheres, especialmente adolescentes, demonstram preocupação crescente com a pressão da estética corporal e o impacto do discurso nutricional no sentido da redução calórica, enquanto dentre os homens, de mesma faixa etária, destaca-se o consumo exagerado de suplementos nutricionais (PROENÇA, 2010).

Fato é que a mídia é capaz de manipular os desejos da população fomentando na indústria de alimentos a utilização de estratégias de *marketing* que induzem à aceitação de seus produtos, com ganho na força de consumo, porém com perdas de qualidade nutricional (MARESSA *et al.*, 2019).

A comida move interesses econômicos e sociais de grande importância e força. Deste modo, um nicho dentro do setor de alimentos tem mostrado grande potencial de crescimento: O *fitness*¹ e a alimentação funcional. Estas terminologias (*fitness* e funcional) chegam ao público com propostas que vão além de nutrir, oferecendo benefícios como melhora da pele e da saúde. Especificamente a denominação *fitness*, remete ao alcance de um corpo mais magro e com mais músculos (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ALIMENTOS/ABIA).

No entanto, a alimentação de qualidade requer o conhecimento dos ingredientes dos alimentos consumidos sendo de fundamental importância a análise da composição nutricional, com informações dos nutrientes constituintes e seus respectivos valores energéticos. Estas informações poderão conduzir às escolhas alimentares e contribuirão para a garantia da autonomia do consumidor na seleção de melhores produtos (AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA/ANVISA, 2005).

Sendo assim, este estudo se propôs a analisar rótulos de produtos que possuem em suas embalagens designações tais como *fit*, *lift* e *life*, por encontrar nestas nomenclaturas, diferentes das convencionais, uma nova tendência que objetiva atender às demandas de um grupo de consumidores que buscam alimentos mais saudáveis ou que possam trazer benefícios diretos na sua composição física (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ACADEMIAS, 2019). Ademais, objetivou comparar tais produtos aos seus similares, ditos convencionais, cujas marcas já se encontram consolidadas no cenário nacional.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

Foi realizado um estudo transversal, objetivando a coleta e avaliação de dados presentes na rotulagem² de alimentos industrializados (chocolate), durante o mês de setembro de 2019.

Inicialmente foram realizadas visitas em 6 lojas e supermercados da cidade de Brasília/DF, buscando identificar os principais tipos e marcas de chocolates, expostos nas prateleiras, cuja proposta atendesse ao segmento *fitness*.

A escolha pela análise do rótulo de chocolates se deu pela alta aceitabilidade em todas as faixas etárias, além de ser consumido no mundo inteiro e um importante componente da indústria alimentícia brasileira, tendo um papel fundamental na economia, movimentando cerca de 14 bilhões de reais ao ano (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA/IBGE, 2018).

Para o embasamento do referencial teórico, foram realizadas pesquisas nas redes de dados SCIELO, PUBMED e Google Acadêmico, nos idiomas português e inglês, utilizando como descritores: Alimentos *fitness*, alimentos *diet e light* e chocolates.

Com relação aos critérios de exclusão foram descartados aqueles que não possuíam características similares no segmento de alimentos convencionais.

Por fim, a amostra foi constituída por 12 (doze) marcas de chocolates, no total, dos quais 06 (seis), representando o grupo descrito no presente estudo como *fitness* e outras 06 (seis)

¹ Palavra de origem inglesa que significa adequação ou aptidão a determinado propósito (Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Fitness>).

² Rotulagem é toda inscrição, legenda, imagem ou toda matéria descritiva ou gráfica, escrita, impressa, estampada, gravada em relevo ou litografada ou colada sobre a embalagem do alimento (BRASIL, RDC nº 259 de 20 de setembro de 2002).

para representar o grupo aqui descrito como *convencional*. Deste modo os itens escolhidos, aqui chamados de amostras foram agrupados em suas respectivas categorias.

Na sequência, foi ordenado todos os dados em uma planilha do programa Excel. Na seguinte configuração: a) Primeira e segunda colunas itens denominados *fitness*, com respectiva tabela nutricional; b) Terceira e quarta colunas itens denominados convencionais, com respectiva tabela nutricional.

As análises consideraram a legislação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA/MS) RDC 259, de 20 de setembro de 2002, que dispõe sobre rotulagem de alimentos embalados. Segundo esta resolução a Tabela nutricional deve conter os seguintes itens (ao menos): Valor energético, Carboidratos, Proteínas, Gorduras totais (se saturadas e/ou trans), Fibra alimentar, Sódio, Minerais e Vitaminas. Estes são indispensáveis e segundo o documento oficial, devem ser justapostos em forma de Tabela vertical com os valores referentes daqueles produtos que estão contidos em uma fração do produto, denominada de porção (RDC 259, ANVISA/MS, 2002).

Os resultados foram apresentados em um quadro, sendo os produtos identificados por letras: A, B, C, D,E e F, compreendendo o Grupo 1 o segmento *fitness* e o Grupo 2 o convencional.

Para fins de comparação as porções foram padronizadas em 20g/produto.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

No Brasil os critérios quanto às informações nutricionais de rótulos de alimentos têm legislação específica, regulamentada pela ANVISA/MS, segundo a qual a rotulagem está intimamente ligada com a promoção da alimentação saudável (ANVISA, 2005).

Estudos relacionam a percepção e o entendimento do consumidor em relação à composição do alimento destacada nos rótulos e a associação das características nele contidas à prevenção ou não das doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), incluindo assim a rotulagem como uma estratégia no rol de prevenção deste grupo de doenças (IDEC, 2014).

Verificou-se que em 100% (n=12) dos produtos avaliados, as embalagens se encontravam de acordo com a RDC nº 259 de setembro de 2002 com relação às informações obrigatórias de: denominação de venda do alimento, lista de ingredientes, conteúdos líquidos, identificação de origem, lote e data de validade. Os resultados encontrados são apresentados no quadro 1

Informação Nutricional por porção de 20g (GRUPO 1 – “Fitness”)		Informação Nutricional por porção de 20g (GRUPO 2 - Convencionais)
PRODUTO A		PRODUTO A
Valor energético: 32kcal (%VD: 2%);		Valor energético: 64Kcal (%VD: 3%);
Carboidratos: 3,1g (%VD: 1%);		Carboidratos: 12g (%VD: 4%);
Proteína: 3,2g (%VD: 4%);		Proteína: 1,3g (%VD: 2%);
Gorduras totais: 1,1g (%VD: 1%);		Gorduras totais: 1,2g (%VD: 2%);
Gorduras saturadas: 0,7g (%VD: 3%)		Gorduras saturadas: 0,9g (%VD: 4%)
Gorduras trans: 0g (%VD: **);		Gorduras trans: 0g (%VD: **);
Fibra alimentar: 0,7g (%VD: 3%);		Fibra alimentar: 0g (%VD: 0%);
Sódio: 29mg (%VD: 1%);		Sódio: 25mg (%VD: 1%).
Cálcio: 80mg (%VD 8%);		
Ferro 1,3mg (%VD8%).		
PRODUTO B		PRODUTO B
Valor energético: 95,5kcal (%VD: 5 %);		Valor energético: 100,8Kcal (%VD: 4,8%);
Carboidratos: 6,5g (%VD: 2 %);		Carboidratos: 7,4g (%VD: 2,4%);

Polióis*: 6g;		açúcares: 5,2 (**).
Amido: 0,7g		Proteína: 1,9g (%VD: 2,4%);
Proteína: 3,4g (%VD:2,5 %);		Gorduras totais: 7,2g (%VD: 12,8%);
Gorduras totais: 17,5g (%VD: 13,5%);		Gorduras saturadas: 4,4g (%VD: 20%);
Gorduras saturadas: 4,4g (%VD: 20 %);		Gorduras trans: 0g (%VD: **);
Gorduras trans: 0g (%VD: **);		Fibra alimentar: 3, g (%VD: 12%);
Fibra alimentar: 2,7g (%VD: 10,5%);		Sódio: 0mg (%VD: 0%);
Sódio: 0g (%VD: %);		
PRODUTO C		PRODUTO C
Valor energético: 89 kcal (%VD: 4%);		Valor energético: 110 kcal (%VD: 6%);
Carboidratos: 7,8g (%VD: 3,0%);		Carboidratos: 9,22g (%VD: 3,6%);
Proteína: 4,1g (%VD: 5%);		Proteína: 1,5g (%VD: 3,6%);
Gorduras totais: 6,3g (%VD: 11%);		Gorduras totais: 7,2g (%VD: 10,7%);
Gorduras saturadas: 4,2g (%VD: 19%);		Gorduras saturadas: 4,4 (%VD: 21,5%);
Gorduras trans: 0g (%VD: **);		Gorduras trans: 0g (%VD: **);
Fibra alimentar: 1,2g (%VD: 5%);		Fibra alimentar: 1 (%VD: **%);
Sódio: 0,8mg (%VD: 0%);		Sódio: 0,04mg (%VD: 0%);
Polióis*: 6,2g;		
PRODUTO D		PRODUTO D
Valor energético: 66 kcal (%VD: 4%);		Valor energético: 74 kcal (%VD: 4%);
Carboidratos: 15g (%VD: 4,0%);		Carboidratos: 17g (%VD: 6,0%);
Proteína: 2g (%VD: 2%);		Proteína: 0,7g (%VD: 1%);
Gorduras totais: 1g (%VD: 2%);		Gorduras totais: 0.5g (%VD: 1%);
Gorduras saturadas: 0,6g (%VD: 2%);		Gorduras saturadas: 0g (%VD: 0%);
Gorduras trans: 0g (%VD: **);		Gorduras trans: 0g (%VD: **);
Fibra alimentar: 2,8 (%VD: 10%);		Fibra alimentar: 1,1 (%VD: 0%);
Sódio: 7,6mg (%VD: 0%);		Sódio: 12mg (%VD: 1%);
		açúcares: 15 (**).
PRODUTO E		PRODUTO E
Valor energético: 62kcal (%VD: 3%);		Valor energético: 107kcal (%VD: 5%);
Carboidratos: 9,7g (%VD: 3%);		Carboidratos: 9,12g (%VD: 4%);
Polióis*: 9,0g;		Proteína: 1,2g (%VD: 2,0%);
Proteína: 0,4g (%VD:0,5%);		Gorduras totais: 5,8g (%VD: 11%);
Gorduras totais: 2,4g (%VD: 4,5%);		Gorduras saturadas: 2,0g (%VD: 9%)
Gorduras saturadas: 1,0g (%VD: 5%)		Gorduras trans: 0g (%VD: **);
Gorduras trans: 0g (%VD: **);		Fibra alimentar: 0,6g (%VD: 2, %);
Fibra alimentar: 0,9g (%VD: 3,6%);		Sódio: 10mg (%VD: 0%);
Sódio: 0g (%VD: 0%);		
PRODUTO F		PRODUTO F
Valor energético: 46,6kcal (%VD:4%)		Valor energético: 82kcal(%VD:4%)

Carboidratos: 18g (%VD:2,1%)	Carboidratos: 10,5g (%VD:3,5%)
Proteína: 9g (%VD: 3%)	Proteína: 1,15g (%VD:1.15%)
Gordura total: 1,8g (%VD: 0,6%)	Gordura Total: 4g (% VD:7,25%)
Gordura Saturada: 2,3g (%VD 0,8%)	Gordura Saturada: 0,57 (%VD:2,47%)
Gordura Trans: 0g (%VD:**)	Gorduras Trans: 0g (%VD:**)
Fibras: 2g (%VD:0,2%)	Fibras: 0,57g (%VD:2,23%)
Sódio: 10mg (%VD:3%)	Sódio: 53,7mg (%VD:2,24%)

Quadro 1. Informação nutricional, segundo rotulagem, de chocolates “*fitness*” e convencionais (porção: 20g). *Adoçantes sem açúcar

A análise do valor energético (Kcal/totais/porção) encontrou em 100% (n=6) dos chocolates com propostas *fitness* quantidades inferiores aos similares convencionais. Sendo que a redução de Kcal/porção variou de 10,8% (produto D) a 50% (produto A).

De acordo com Hara *apud* Perin & Uchida, 2014, “alimentos para fins especiais são alimentos formulados, nos quais são modificados alguns nutrientes no momento em que são processados, sendo indicados em dietas diferenciadas atendendo às necessidades de pessoas em condições específicas”.

Diversos estudos têm utilizado o termo *fitness* relacionando-o ao exercício físico, porém esta terminologia associada à alimentação ainda é escassa. Dantas *et al.*, 2009, define *fitness físico*, como o condicionamento físico, para além da prática de exercícios, contemplando sono adequado, controle de *stress*, inexistência de vícios e alimentação adequada. Segundo estes autores, as dimensões do *fitness* são: a) Dimensão física, com foco na manutenção física, independente e qualidade de vida por meio da participação regular em atividade física; b) alimentação saudável e c) estilo de vida positivo.

Partindo do pressuposto de que os alimentos designados como *fitness* poderiam se enquadrar no conceito de alimentos especiais *diet* e *light*, em especial quanto à redução do valor energético, estes representariam grandes aliados aos indivíduos que buscam alimentos alternativos e saudáveis, sem comprometer o sabor (RORATO; GASPARI; MOTTIN, 2006).

Neste sentido, as marcas B, C e D, analisadas neste estudo e comercializadas como *fitness*, não poderiam utilizar esta nomenclatura. Isto porque apresentaram redução calórica de apenas 11,95%, 19% e 11%, respectivamente, quando comparadas às similares convencionais.

Segundo a RDC nº 254/2012 (ANVISA/MS) para que um alimento seja considerado “reduzido ou *light*” em valor energético ou algum nutriente é necessária uma redução de, no mínimo, 25% no valor energético ou no conteúdo do nutriente objeto da alegação, em relação ao alimento de referência ou convencional (BRASIL, Resolução RDC Nº 54 de 12 de novembro de 2012).

Quanto à quantidade de carboidratos totais, apenas 16% (n=1), marca E, dos alimentos do Grupo 1 não apresentou redução, comparativamente, com os do Grupo 2. Portanto, não pode ser designada, neste quesito, como diferenciada ou *fitness*. Vale destacar que em 32% (n=2) das marcas do Grupo 1, além de oferecerem uma quantidade menor de carboidratos, houve a utilização de polióis, para realçar o dulçor.

Os polióis integram um grupo de carboidratos de digestão lenta, com poder de adoçar semelhantes ao açúcar comum (sacarose), contudo demoram mais tempo nos processos absorptivos, resultando assim num menor índice glicêmico (IG) (SILVA *et al.*, 2009).

Com relação às proteínas, 84% (n=5) das marcas do Grupo 1 apresentaram valores superiores/porção quando comparadas ao seu similar do Grupo 2, com uma variação mínima de 40% (marca A) e máxima de 87% (marca F). Sendo assim, estes chocolates, exceto o da marca E, podem ser uma boa alternativa aos que desejam um incremento na ingestão deste macronutriente.

Pedrosa, Junior & Tirapegui, 2009, apresentaram evidências de que a dieta com maior proporção de proteína aumenta a perda de peso e de gordura corporal e diminui a perda de massa corporal magra durante o emagrecimento. Todavia, de acordo com Stringhini, Costa e Silva & Oliveira, 2007, no artigo que analisa as vantagens e desvantagens da dieta Atkins no tratamento da obesidade, referem que a perda de peso inicial, que acontece com a grande maioria dos pacientes submetidos às dietas hiperprotéicas se dá graças ao esvaziamento das reservas de glicogênio e água, ou seja, uma consequência da perda de fluidos, que podem culminar com a desidratação do paciente. Outro fator indesejável nas dietas hiperprotéicas está relacionado à redução da secreção da insulina, promovendo a mobilização de ácidos graxos e corpos cetônicos, aumentando o catabolismo proteico e resultando em perda de massa magra.

Diversos estudos sugerem precaução com dietas hiperprotéicas em indivíduos com doença renal e diabéticos, devido à esta dieta ter associação com o aumento da excreção urinária de cálcio em indivíduos saudáveis. Sabe-se que excessos de proteínas podem causar diversos agravos à saúde, dentre estes, alguns tipos de cânceres, doenças renais e gota (WEIGLE *et al.*, 2005; MARANGONI & MANIGLIA, 2017).

Em se tratando da análise comparativa de gorduras totais, 16% (n=1) dos chocolates do Grupo 1 (marca D), apresentou valores superiores ao similar do Grupo 2, sendo esta uma diferença importante, uma vez que correspondeu ao dobro de gorduras. Já as gorduras saturadas do segmento “*fitness*” foram superiores aos produtos convencionais nas marcas D e F.

Segundo a I Diretriz sobre o consumo de gorduras e saúde cardiovascular, o consumo de gordura saturada e trans é classicamente relacionado com elevação do LDL-c plasmático e aumento de risco cardiovascular. A influência dos ácidos graxos ingeridos sobre os fatores de risco das doenças cardiovasculares e sobre as concentrações plasmáticas de lipídios e lipoproteínas tem sido amplamente demonstrada em diversos estudos experimentais e populacionais (SANTOS *et al.*, 2013). Neste sentido as marcas D e F podem comprometer à saúde dos indivíduos.

Os valores referentes às fibras alimentares foram superiores em 84% (n=5) nos chocolates do Grupo 1. Apenas a marca B apresentou uma diminuição referente a 10% de fibras quando comparada ao Grupo 2. Contudo, os chocolates analisados neste estudo, independentes de serem do Grupo 1 ou Grupo 2, apresentaram baixa quantidade de fibras.

Sabe-se que as fibras alimentares são essenciais à saúde da população, colaborando para a redução da absorção de gorduras e colesterol; retardando o esvaziamento gástrico, gerando a sensação de saciedade; diminuindo a glicemia pós-prandial; aumentando a motilidade intestinal e reduzindo a constipação intestinal; minimizando o desenvolvimento de alguns tipos de cânceres. O consumo diário total de fibras por indivíduos deve ser de 20g-30g/dia; onde as fibras solúveis são importantes na prevenção de doenças cardiovasculares e as insolúveis diminuem o índice glicêmico dos alimentos utilizados na prevenção de Diabetes Mellitus (DM) PADOVANI, *et al.*, 2006).

Na análise da quantidade de sódio 67% (n=4) dos chocolates do Grupo 1 apresentaram menor quantidade que os similares do Grupo 2. Quanto a este mineral, não existe risco aparente no consumo dos chocolates de ambos os grupos, frente à baixa quantidade encontrada.

De acordo com as diretrizes estabelecidas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) o limite de consumo de sódio para um adulto deve ser inferior a 2.000 mg/dia. No Brasil, esta recomendação foi referendada pelo Ministério da Saúde (MS), em 2017, nas Ações para Combater Obesidade e Outras Doenças Crônicas (BRASIL, Ministério da Saúde, 2017).

Apesar de modificações dos ingredientes, no grupo 1, fica evidente a valorização da nomenclatura *fitness*, para o alcance de um grupo específico de consumidores. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos Dietéticos e para Fins Especiais (ABIAD), nas últimas duas décadas houve o incremento significativo de mais de 800% no mercado de

produtos com estas características, ou seja, com proposta de redução ou isenção de nutrientes, cujas procuras estão associadas, também, à preocupação com a estética corporal (MEIRA et al., 2010).

4. CONCLUSÃO

A elaboração do presente estudo possibilitou a análise de 12 (doze) produtos e o conhecimento dos ingredientes dos alimentos selecionados, por meio das comparações de rótulos. A partir de então, pôde-se verificar algumas diferenças nas composições dos chocolates, classificados como *fitness* e convencionais.

Os resultados mais importantes foram quanto à redução do valor energético e de carboidratos totais na maioria dos produtos *fitness*. Apesar de 50% (n=3) dos chocolates analisados como *fitness* não apresentarem redução importante quanto à densidade energética; não podendo, sequer, serem classificados como *light* (reduzidos em 25% de calorias), de acordo com os valores de referência da legislação brasileira para a produção e o comércio de produtos com finalidades especiais.

A quantidade de proteínas também merece destaque pois a maioria dos chocolates *fitness* apresentaram valores bem superiores aos convencionais, podendo ser uma alternativa para aqueles que desejam aumentar a ingestão deste macronutriente.

Não foram encontradas vantagens que justifiquem a escolha de chocolates *fitness* com relação ao incremento na quantidade de fibras ou redução de sódio, como esperado para produtos com uma proposta mais saudável.

Fato é que as indústrias alimentícias têm se apropriado da nomenclatura *fitness*, como estratégia de *marketing*, enquanto para os consumidores, esta terminologia remete à expectativa de produtos com baixa densidade calórica.

Todavia, como no Brasil ainda não existe uma legislação de alimentos que especifique critérios para a identificação de um alimento como *fitness*, o consumo destes deve estar pautado no conhecimento e adequações individuais.

É importante destacar que a busca pelo padrão de beleza da atualidade, independente de objetivos meramente estéticos, requer mudanças comportamentais que são norteadas pelo próprio conceito de qualidade de vida; com atitudes que promovam o combate ao sedentarismo e à obesidade, dentre as quais, a prática de exercícios físicos regulares, e a adoção de uma alimentação equilibrada. Ademais, a alimentação saudável não pode ser vinculada ao consumo de alimentos industrializado.

São necessárias ações governamentais, na construção de legislação específica que permita definir e normatizar o conceito de alimentos *fitness*.

Cabe aos nutricionistas, como formadores de opinião, a disseminação de informações de caráter científico, que norteiem escolhas alimentares adequadas. Há que se chamar a atenção da população quanto à leitura crítica dos rótulos, antes da aquisição de quaisquer produtos, sobretudo os que “vendem” a ideia de que as mudanças e novos arranjos nos seus ingredientes resultam na promoção de um corpo magro e definido.

Sugere-se, para trabalhos futuros, a ampliação de estudos com a análise de diferentes produtos que levam a designação *fitness*, no sentido de identificar possíveis discordâncias dos valores nutricionais associados ao conceito de saúde, beleza e longevidade.

ABSTRACT

The adoption of behaviors that evoke an aesthetic body model, which manifests in the commitment to physical exercise and diets, is a reality nowadays. Therefore, the search for food associated with the achievement of a thinner and fitter body is growing. In this respect, the following study sought to analyze the nutritional labeling of chocolates described as “fit”, “life” and “life”, that is, which the marketing leads to fitness ideals. A cross-sectional study was made, seeking data collection and analysis. The sample is made up of 12 (twelve) brands, constituting of 06 (six) fitness and 06 (six) conventional. The most expressive results pertained to the reduction of energetic value and carbohydrates in most, 67% (n=4) of the fitness products. When it comes to proteins, 50% (n=3), of this group showed a significant increase when compared to conventional products. There were no observed advantages that would justify the choice of fitness chocolates when it comes to fiber increase or sodium reduction. The amount of saturated fat found in 34% (n=2) of the chocolates branded as fitness was worrisome, especially because they show superior quantities to that of conventional products, conflicting with what is expected of a healthier product proposal. When it comes to consumer expectations, it's concluded that label reading is required in order to help them make conscious choices and that a balanced diet allied to regular physical exercise should be valued in promoting health. It's necessary to standardize the Brazilian definition of fitness when it comes to employing this terminology in the food industry.

Keywords: Fitness; Food labeling; Chocolate

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos-ABIA IN:
<http://www.abia.org.br/vs/setoremnumeros.aspx>. Acesso em 01 de novembro de 2019.

BASTOS, Wanja; CASTIEL, Luis David; CARDOSO, Maria Helena Cabral de Almeida; FERREIRA, Marcos Santos; GILBERT, Ana Cristina Bonher. Epidemia de Fitness. **Saúde Soc.** São Paulo, v.22, n.2, p.485-496, 2013

BRASIL. Ministério da Saúde. Ações para Combate a Obesidade e Outras Doenças Crônicas. Disponível em: <http://portalarquivos.saude.gov.br/images/pdf/2017/junho/13/sodio-e-alimentacao-saudavel.pdf>. Acesso em: 01.nov.2019.

MARANGONI, Jhennifer Sienna; MANIGLIA, Fabíola Pansani. Análise da composição nutricional de dietas da moda publicadas em revistas femininas. **Revista da Associação Brasileira de Nutrição**. São Paulo, SP, Ano 8, n. 1, p. 31-36, Jan-Jun. 2017 -ISSN 2357-7894 (online)

MARESSA, Andreia; RIBEIRO, Amanda; SILVA, Arthur de Lima; DUARTE, Lídia; GODOI, Sabrina. **Ciências Biológicas** - UNESP Rio Claro. Nov. 2019. Rótulos e embalagens, o que você anda comendo? Disponível em: <http://www.rc.unesp.br/biosferas/Art0072.html>. Acesso em: 01.nov.2019.

PADOVANI, *et al.* Dietary reference intakes: aplicabilidade das tabelas em estudos nutricionais. **Rev. Nutr.**, Campinas, 19(6):741-760, nov./dez., 2006.

PEDROSA, Rogerio Graça; JUNIOR, Jose Donato; TIRAPÉGUI, Julio. Dieta rica em proteína na redução do peso corporal. **Rev.Nutr.** vol.22 no.1 Campinas Jan./Feb. 2009.

PERIN, Aliandra Dengo; UCHIDA, Nancy Sayuri. Perfil dos consumidores de Produtos Diet e Light nos Supermercados Varejistas de Campo Mourão, PR. **Revista UNINGÁ**. Vol.41,pp.15-19 (Ago - Out 2014).

PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa. Alimentação e globalização: algumas reflexões. **Cienc. Cult.** vol.62 no.4 São Paulo Oct. 2010.

SANTOS, Lígia Amparo da Silva. **O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares no mundo contemporâneo** [online]. Salvador: EDUFBA, 2008, 330 p. ISBN 978-85-232-1170-7. p.30. Available from SciELO Books .

SANTOS, R.D *et al.* I Diretriz sobre o consumo de gorduras e saúde cardiovascular. **Arq. Bras. Cardiol.** vol.100 no.1 supl.3 São Paulo Jan. 2013.

SILVA, Flávia Moraes Silva; STEEMBURGO, Thais; AZEVEDO, Mirela J. de; MELLO, Vanessa D. Papel do índice glicêmico e da carga glicêmica na prevenção e no controle metabólico de pacientes com diabetes melito tipo 2. **Arq Bras Endocrinol Metab.** vol.53 no.5 São Paulo July 2009

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Intercom – XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015 5 Alimentos). Acesso em: 01. Nov.2019.

SOUZA, Aline Cavalcante; ALVARENGA, Marle dos Santos. Insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários: Uma revisão integrativa. **J Bras Psiquiatr.** 2016; 65(3):286-299.

STRINGHINI, MLF; COSTA E SILVA, JM; OLIVEIRA. Vantagens e desvantagens da dieta Atkins no tratamento da obesidade. **Salusvita** 2007; 26(2):257-268.

WEIGLE, DS *et al.* A high-protein diet induces sustained reductions in appetite, ad libitum caloric intake, and body weight despite compensatory changes in diurnal plasma leptin and ghrelin concentrations. **Am J Clin Nutr.** 2005; 82(1):41-48.

ACAD, Associação Brasileira de Academias. Acad Fecha Parceria com a OMS. Ano 21 - 1ª edição - março 2019 - N° 84 DS