

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
JORNALISMO

MARCUS VINICIUS FERREIRA PURCINO

APLICA QUE CRESCE: UMA ANÁLISE SOBRE O CONTEÚDO DOS
INFLUENCIADORES FITNESS LÉO STRONDA, PAULO MUZY E RENATO
CARIANI

UBERLÂNDIA
2025

Marcus Vinicius Ferreira Purcino

**APLICA QUE CRESCE: UMA ANÁLISE SOBRE O CONTEÚDO DOS
INFLUENCIADORES FITNESS LÉO STRONDA, PAULO MUZY E RENATO
CARIANI**

Monografia, apresentada ao Curso de Jornalismo da
Universidade Federal de Uberlândia como requisito
parcial para obtenção do título de bacharel em
Jornalismo.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Ana Paula de Moraes Teixeira

UBERLÂNDIA
2025

MARCUS VINICIUS FERREIRA PURCINO

**APLICA QUE CRESCE: UMA ANÁLISE SOBRE O CONTEÚDO DOS
INFLUENCIADORES FITNESS LÉO STRONDA, PAULO MUZY E RENATO
CARIANI**

Monografia, apresentada ao Curso de Jornalismo da
Universidade Federal de Uberlândia como requisito
parcial para obtenção do título de bacharel em
Jornalismo.

Uberlândia, 5 de maio de 2025

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Ana Paula de Moraes Teixeira - UFU

Prof^a. Dr^a Adriana Omena - UFU

Prof. Dr. Marcelo Marques de Araujo

Dedico este trabalho à minha mãe,
Rosana, por ser minha base e a razão
pela qual preciso vencer.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por eu ter tido forças para aguentar o processo curto (e ao mesmo tempo longo) que foi a escrita deste trabalho. Foram muitos os momentos em que pensei em desistir, mas minha fé, e a fé daqueles que me amam, foi crucial. Agradeço ao meu amor, Angra Forchelli Lazaro, pelo apoio incondicional, a parceria, os puxões de orelha, e por me amar. Você é meu tudo, e é tudo o que eu preciso.

Agradeço também aos meus amigos, é até difícil me imaginar sem vocês. Arthur; Annakin; Bernardo; Dieny; Joyce; Lucas; Malavolta; Vivian e Winter, vocês são uma parte vital do meu eu, e cada risada com vocês, me deu mais um motivo para me manter são.

Agradeço ao banco do RU, que durante todo meu período de graduação, foi meu companheiro mais inseparável. Com ele eu tive sustento, encontrei amigos, e o mais importante, encontrei o amor.

Agradeço também à minha orientadora Ana Paula por sua disponibilidade e amparo durante o processo, ao professor Marcelo Marques, por ser um grande amigo, e por aceitar meu convite, assim como a professora Adriana Omena, que além de me dar a honra de ser membro da banca para avaliação do trabalho, foi crucial para o meu desenvolvimento pessoal, e para o desenvolvimento do trabalho.

Quero agradecer ao meu pai Marco Antônio Purcino, por ser meu exemplo de honestidade e compromisso, me ensinar como ser um homem, e ser meu melhor amigo. Obrigado por me apoiar e ser um ombro amigo, sempre disponível para mim.

Por fim, a razão de tudo, minha mãe Rosana Ferreira da Silva Purcino. A mulher que me deu a luz, e que todos os dias é a razão para eu buscar um futuro melhor. O maior exemplo de trabalho e perseverança que eu conheço. Ela é o meu mundo, e tudo o que eu mais amo. Agradeço por sempre estar ao meu lado, e por ser a melhor mãe do mundo. Sem você esse trabalho não existiria. Se hoje sou alguém, é graças a você.

PURCINO, Marcus V. F. **APLICA QUE CRESCE: Uma análise sobre o discurso dos influenciadores fitness Léo Stronda, Paulo Muzy e Renato Cariani.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Faculdade de Educação, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2025.

RESUMO

O presente estudo analisa as publicações dos influenciadores fitness Léo Stronda, Paulo Muzy e Renato Cariani no que tange à disseminação de informações sobre o uso de esteroides anabolizantes nas redes sociais, a fim de identificar a presença de desordem informacional. O estudo parte do contexto atual em que as mídias digitais são fontes primárias de informação para grande parte da população, especialmente jovens interessados em saúde e estética corporal. Com base em uma abordagem qualitativa e utilizando a análise de conteúdo como método, o trabalho examina postagens realizadas no Instagram, TikTok e YouTube durante o período próximo ao evento *Mr. Olympia 2024*. O objetivo foi identificar traços de Desordem Informacional, que pode se manifestar em três formas: Desinformação, Informação Falsa e Informação Maliciosa. A análise das publicações mostrou que o influenciador Léo Stronda utiliza humor e informalidade ao tratar do uso de esteroides, o que pode levar à banalização do tema. Por outro lado, Paulo Muzy adota uma abordagem técnica, com explicações baseadas em sua formação médica, sem incentivo ao uso dessas substâncias. Renato Cariani não teve publicações catalogadas dentro do período de recorte. Por fim observou-se a presença de desordem informacional em 4 das 12 publicações analisadas.

Palavras-chave: desordem informacional; redes sociais; esteroides anabolizantes; Léo Stronda; Paulo Muzy; Renato Cariani.

ABSTRACT

This study analyzes the posts of fitness influencers Léo Stronda, Paulo Muzy, and Renato Cariani regarding the dissemination of information about the use of anabolic steroids on social media, aiming to identify the presence of Information Disorder. The research is based on the current context in which digital media are primary sources of information for a large portion of the population, especially young people interested in health and body aesthetics. Using a qualitative approach and content analysis as the main method, the study examines posts made on Instagram, TikTok, and YouTube during the period surrounding the *Mr. Olympia 2024* event. The objective is to identify traces of Information Disorder, which may manifest in three forms: Disinformation, Misinformation, and Malinformation. The analysis of the posts revealed that influencer Léo Stronda uses humor and informality when discussing steroid use, which may contribute to the trivialization of the subject. In contrast, Paulo Muzy adopts a technical approach, providing explanations based on his medical background, without encouraging the use of such substances. Renato Cariani did not have any posts cataloged within the selected timeframe. In conclusion, the presence of informational disorder was observed in 4 out of the 12 analyzed posts.

Keywords: information disorder; social media; anabolic steroids; Léo Stronda; Paulo Muzy; Renato Cariani.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 INFLUENCIADORES E INTERNET: O FITNESS NO FEED.....	13
2.1 Redes Sociais.....	14
2.1.1 TikTok.....	15
2.1.2 YouTube.....	16
2.1.3 Instagram.....	17
2.2 Influenciadores Digitais.....	17
2.2.1 Léo Stronda.....	18
2.2.2 Renato Cariani.....	20
2.2.3 Paulo Muzy.....	21
3 MUSCULAÇÃO E ESTEROIDES ANABOLIZANTES.....	22
4 DESORDEM INFORMACIONAL.....	27
5 METODOLOGIA E ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES.....	30
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS.....	47

1 INTRODUÇÃO

O aumento da popularidade das mídias sociais mudou a forma como informações sobre saúde e bem-estar são divulgadas e consumidas. De acordo com a pesquisa *2024 Global Digits Reports*¹ produzida por *We Are Social* e *Meltwater*, o Brasil teve 187,9 milhões de pessoas conectadas à internet em 2024. Isso representa 86,6% da população total do país. Tal percentual é maior que a média sul-americana, que bate os 82,5%. O aplicativo Instagram, em especial, se destaca como uma plataforma onde os chamados *influencers* compartilham experiências, conselhos e conteúdos. Ainda de acordo com o estudo, o Instagram tinha 134,6 milhões de usuários no Brasil, ou seja, 62% da população² brasileira utilizava o aplicativo. Com o aumento do uso da rede social, criam-se padrões de consumo e beleza, idealizados por influenciadores e marcas. Um desses padrões de consumo é o chamado *fitness*, que visa a melhora do corpo, a fim de se enquadrar em padrões estéticos.

O mercado fitness no Brasil fatura R\$ 12 bilhões ao ano, de acordo com o *Panorama Setorial de 2023*³, elaborado pela Fitness Brasil. Ainda de acordo com o levantamento, o Brasil está em 13º colocação no ranking dos países que mais faturam dentro do segmento, ficando atrás apenas de países considerados desenvolvidos. Tal índice demonstra um crescente interesse por exercícios e boa forma física. Com isso, surgem também questões delicadas sobre práticas relacionadas, como o uso de substâncias anabolizantes, que são utilizadas para aumentar as performances esportivas, porém nem sempre essa prática é acompanhada de esclarecimentos que permitam decisões conscientes sobre os riscos.

Segundo Santos (2018, p.1) o nome esteroide deriva de uma palavra grega que significa sólido. Os esteroides anabólicos são produtos químicos derivados da testosterona, o hormônio masculino. Tais hormônios, quando utilizados, apresentam uma série de efeitos, como aumento de força e massa muscular.

Personalidades como Léo Stronda, Paulo Muzy e Renato Cariani, conhecidos produtores de conteúdos das redes sociais, e populares junto ao público que se

¹ Dados disponíveis em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil> Acesso: 26 de março de 2025

² Alguns usuários podem utilizar mais de um perfil, então, os dados podem conter divergências.

³ Dados disponíveis em: <https://www.fitnessbrasil.com.br/panorama-setorial-2023/> Acesso: 13 de abril de 2025

informa sobre o *fitness*, exercem uma influência significativa no meio do bem-estar e treinamento físico. Suas postagens podem influenciar na maneira como os seus seguidores entendem a utilização das substâncias, muitas vezes apresentando uma perspectiva irresponsável sobre o assunto. A propagação dessas informações equivocadas em relação ao uso de produtos para melhorar o desempenho físico é um problema que pode resultar em escolhas prejudiciais à saúde dos praticantes, principalmente de iniciantes.

Dessa forma, o presente estudo analisa o conteúdo desses que são considerados os principais influenciadores digitais do meio *fitness*, a fim de observar características de desordem informacional quando o assunto é o uso de hormônios.

Com o grande crescimento da prática de musculação, os iniciantes no esporte buscam na internet, instrução e motivação. Essa busca torna as pessoas suscetíveis a encontrarem desinformação, visto que, pela falta de moderação, pessoas sem formação na área esportiva (seja como educador físico ou médicos) estão livres para desinformar. Por esse motivo, informações sobre treinamento intenso e uso de hormônios se tornam banais e não têm o devido crivo na hora de serem difundidos, trazendo consequências para quem consome esses conteúdos, como lesões e problemas de saúde derivados do uso dos chamados esteroides anabolizantes.

A falta de informação sobre o uso dos esteroides, e suas consequências, é um dos fatores que pode influenciar no interesse das pessoas em seguir um criador de conteúdo que aborda tal assunto. De acordo com o relatório *Digital News Report 2024* do Instituto Reuters, em 2024, 29% das pessoas entrevistadas afirmaram usar as redes como sua principal fonte de informação. Tal dado nos revela que é de suma importância haver, no ambiente digital, meios e informações corretas. Dessa forma, justifica-se um estudo sobre como está sendo a mediação dessas informações.

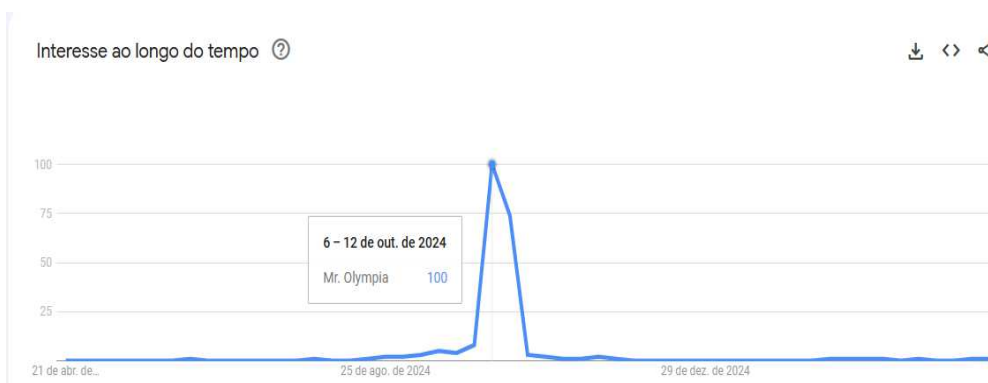
Ao pesquisar sobre o tema no repositório da UFU, no Google Acadêmico e no EBSCO, foi possível notar que não há uma gama de estudos sobre o assunto no âmbito da comunicação, abrindo um leque de possibilidades a serem exploradas e descobertas.

Para delimitar um recorte para o seguinte estudo, foi feita uma busca sobre os principais eventos do meio *fitness* que aconteceriam até o período de entrega da pesquisa. Dentre os resultados, o *Mr. Olympia* foi o escolhido, por ser considerado o maior evento de fisiculturismo do mundo.

Os anos 70 também testemunharam a elevação da Federação Internacional de Fisiculturistas como a organização dominante do fisiculturismo. Sob a orientação de seu presidente, Ben Weider, a IFBB consistia de mais de cem países membros e tornou-se a sexta maior federação esportiva do mundo. Além disso, o título de Mister Olímpia era agora reconhecido como o principal campeonato profissional de fisiculturismo, comparável ao de Wimbledon, de tênis; e ao Aberto dos Estados Unidos, de golfe (Schwarzenegger, 2018, p.32)

Do dia 10 até o dia 13 de outubro de 2024 ocorreu a 60ª edição do evento, em Las Vegas. Por esse motivo o recorte de tempo para a seleção de conteúdos para análise foi entre 3 de outubro e 20 de outubro de 2024, pois o fluxo de publicações e interesse das pessoas sobre o assunto abordado foi maior nesse período graças à competição.

Figura 1 - Índice de busca do termo “Mr.Olympia” no Brasil nos últimos 12 meses, com ápice na semana do dia 6 ao dia 12 de outubro



Fonte: Google Trends

Figura 2 - Índice de busca do termo “Mr.Olympia” no Mundo nos últimos 12 meses, com ápice na semana do dia 13 ao dia 19 de outubro



Fonte: Google Trends

Os perfis a serem analisados foram escolhidos a partir do número de seguidores⁴, sendo eles: Leo Stronda com 11,1 milhões, Paulo Muzy com 12,3 milhões e Renato Cariani com 19,2 milhões, somados nas plataformas YouTube, TikTok e Instagram. Os influenciadores têm perfis de conteúdo distintos, sendo Léo Stronda de conteúdo humorístico, Renato Cariani com conteúdo instrutivo, e Paulo Muzy com conteúdo focado em medicina esportiva.

O objetivo da pesquisa é analisar o conteúdo dos perfis de Instagram, TikTok e Youtube dos influenciadores Léo Stronda, Paulo Muzy e Renato Cariani, quando o assunto tratado nas postagem for uso de hormônios (esteroides), verificar a presença ou não de elementos que caracterizam a desordem informacional, e verificar se os conteúdos se enquadram em alguma das categorias que compõem a desordem informacional, quais sejam: Desinformação, Informação Falsa, Informação Maliciosa. Para a realização da análise, foi necessário identificar as mensagens que se enquadram nessas categorias, de que forma essas mensagens são transmitidas (características e formatos), e as possíveis motivações para a difusão de tais informações.

⁴ Apuração realizada no mês de abril de 2025.

2 INFLUENCIADORES E INTERNET: O FITNESS NO FEED

A Internet é como uma grande teia digital, que conecta dispositivos no mundo inteiro, permitindo que pessoas e máquinas se comuniquem em tempo real. Utilizando sistemas de informações conectados nos diversos cantos do mundo, é possível acessar uma infinidade de conteúdos, que variam de acordo com os interesses de seus usuários.

De modo geral, a Internet conceitua-se como uma rede mundial de computadores interligados entre si, que compartilham, para esse fim, um conjunto de protocolos denominado TCP/IP, a permitir a troca de dados entre aqueles. É a rede que conecta outras redes públicas, privadas, de pesquisa, do terceiro setor, por meio de uma infraestrutura global e local, sendo utilizada para os mais diversos fins, de natureza econômica ou não. (Biolcati, 2022, p.27)

Tal ferramenta começou a ser desenvolvida durante o período da Guerra Fria, em que os Estados Unidos e a União Soviética disputavam o protagonismo mundial nos avanços tecnológicos. Nesse contexto, o estopim para acelerar o processo de criação de novas tecnologias foi o lançamento do foguete Sputnik, pela União Soviética. Tal lançamento demonstrou que os Estados Unidos estavam em desvantagem tecnológica. De acordo com Biolcati (2022, p. 30) “Diante desse cenário, foi criado o órgão governamental denominado *Advanced Research Projects Agency (ARPA)*, no ano de 1958”. Após a criação dessa organização, buscou-se criar uma forma de transmissão de dados por meio de pacotes, que seriam divididos no terminal de origem, e reconstituídos no destinatário. Na década de 1960, algumas redes de computadores já estavam conectadas entre si, porém eram limitadas a localização (compartilhamento de sistema). Tendo isso como objetivo, foi criada a *Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET)*, responsável pela primeira “mensagem” da internet.

A primeira mensagem de *host-to-host* da ARPANET foi enviada às 22h30 do dia 29 de outubro de 1969, quando um dos meus programadores, Charley Kline, e eu procedemos ao ‘login’ no host SRI a partir do host UCLA. O procedimento era digitarmos ‘log’ e o sistema no SRI foi configurado para ser inteligente o suficiente para preencher o restante do comando, adicionando ‘in’, criando assim a palavra ‘login’[...] Então a primeira mensagem na Internet foi a palavra presciente ‘lo’ (como em ‘*lo and behold!*’). Isso também é considerado um momento muito significativo na história da Internet. (Kleinrock, 2010, p. 32)

Entre os mais diferentes impactos da Internet na sociedade contemporânea, fica evidente que sua influência vai além do acesso à informação, moldando também as interações humanas em escala global. Esse cenário abre caminho para uma análise mais aprofundada sobre as redes sociais, plataformas que, alimentadas pela infraestrutura da Internet, redefiniram a comunicação, o compartilhamento de conteúdos e até mesmo as relações sociais.

2.1 Redes Sociais

As redes sociais são algo presente no cotidiano de grande parte da população mundial. Seja para admirar aquele ator famoso, ou se informar sobre os acontecimentos de ontem, utilizar um serviço como Instagram, Facebook ou X, é quase que inerente à atual década. Boyd e Ellison (2007) definem as redes sociais como serviços que permitem que os usuários criem perfis, e se conectem com outros usuários, compartilhando e consumindo os conteúdos uns dos outros.

O que torna os sites de redes sociais únicos não é que eles permitam que indivíduos conheçam estranhos, mas sim que eles permitam que os usuários articulem e tornem visíveis suas redes sociais. Isso pode resultar em conexões entre indivíduos que não seriam feitas de outra forma [...] (Boyd; Ellison, 2007)

Seguindo os conceitos definidos anteriormente pelos autores, eles atribuem o título de primeira rede social ao *SixDegrees.com*, que permitia a criação de perfis, adicionar amigos e interagir com essas listas. Segundo os autores o site se promoveu como uma ferramenta para ajudar as pessoas a se conectarem e enviarem mensagens a outras pessoas e embora tenha atraído milhões de usuários, ele não conseguiu se sustentar, e no ano de 2000, os servidores foram encerrados.

De acordo com um levantamento feito pela *Comscore* em 2023⁵, o Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais no mundo, com 131.506 milhões de usuários, ficando atrás apenas da Índia e da Indonésia. Tal posição foi obtida a partir de uma média de número de usuários em relação ao número de habitantes. Ainda

⁵ Dados disponíveis em:
<https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023>.
Acesso em: 9 mar. 2025.

no estudo, as redes sociais em que as pessoas mais despendem tempo são o YouTube e o Instagram.

Em paralelo, o interesse do público por conteúdo fitness⁶ também aumentou, e isso abriu portas para um nicho de influenciadores de conteúdo de saúde e performance. A variedade, o saber técnico dos influenciadores e o humor fazem com que os conteúdos sejam mais e mais difundidos entre o público. Dentre esses influenciadores, destacam-se Renato Cariani, Paulo Muzy e Léo Stronda.

Entre as tantas plataformas e sites que compõem o universo das redes sociais, algumas ganharam destaque pelo crescimento acelerado e pelo modo como se inserem no cotidiano dos usuários. De tal forma, o TikTok se popularizou rapidamente e passou a ocupar um espaço relevante na dinâmica digital atual, especialmente entre os públicos mais jovens.

2.1.1 TikTok

O TikTok é uma rede social chinesa lançada em 2018. Sua maior popularização no ocidente se deu em 2019, e em 2020, com a pandemia, assumiu o papel de uma das redes sociais mais influentes do momento. A plataforma permite aos usuários gravar, editar e publicar vídeos, que variam de 15 segundos a 3 minutos, além de vídeos ao vivo. De acordo com dados disponibilizados⁷ nos recursos de planejamento de anúncios da empresa, em janeiro de 2025 a plataforma possuía ao menos 1,59 bilhões de usuários. No Brasil, esse número chegou aos 91,7 milhões de usuários ativos.

É amplamente utilizada por influenciadores, pois além da plataforma pagar bem, o algoritmo beneficia certos tipos de conteúdo, facilitando o engajamento e a difusão das publicações.

Quando um vídeo é carregado no TikTok, o algoritmo For You o mostra primeiro para um pequeno subconjunto de usuários. Essas pessoas podem ou não seguir o criador, mas o TikTok determinou que é mais provável que elas se envolvam com o vídeo (com base em suas interações prévias). Se esse grupo inicial responder positivamente, compartilhando ou assistindo ao vídeo inteiro em uma taxa mais alta do que o normal para essa conta, o TikTok o mostrará a mais pessoas que ele identifica que compartilham interesses semelhantes. (Doyle, 2023)

⁶ Fitness: Estar em boa forma física. Termo comumente usado por pessoas que praticam exercícios físicos. Disponível em: <https://conceito.de/fitness> Acesso em 19 de abril de 2025.

⁷ Dados disponíveis em: <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats> Acesso em 13 de abril de 2025

Sua popularidade foi tanta que o Instagram lançou a função Reels para tentar rivalizar com os vídeos curtos da plataforma. Diferente do TikTok, que tem o limite de vídeos de até 10 minutos, os *Reels* podem ter apenas 2 minutos de duração. Além disso, existem funções específicas em cada um, como o Duet (do TikTok) e o *Remix* (do Instagram). O *Duet* permite que o usuário reproduza um vídeo de outro, lado a lado com o seu. Já o *Remix* permite recriar vídeos, utilizando o áudio de outro *Reels* como base.

Embora o TikTok represente uma tendência marcada pela produção de vídeos curtos e de rápido consumo, outras plataformas continuam exercendo forte influência no cenário digital. Entre elas, destaca-se o YouTube, cuja proposta de vídeos longos e estruturados mantém sua relevância desde o início do século XXI e atrai diferentes perfis de usuários.

2.1.2 YouTube

O YouTube é uma plataforma de vídeos, lançada em 2005, e atualmente possui mais de 2,53 bilhões de usuários ativos⁸. A proposta do site (que também conta com app para celular) é proporcionar ao usuário um ambiente para assistir, compartilhar e produzir vídeos e lives⁹. Durante mais de uma década foi o maior meio de compartilhamento de vídeos do mundo, moldando toda uma geração que consumiu conteúdos dos mais variados segmentos.

Foi no YouTube que surgiram alguns dos primeiros influenciadores do Brasil, na época, chamados apenas de *YouTubers*, que posteriormente com a migração para outras plataformas se tornaram Influenciadores Digitais. Em 2018, foi criado um projeto de lei (PL nº 10.938) para regulamentar essa profissão, apresentado pelo deputado federal Eduardo da Fonte (PP-PE).

Atualmente, o maior YouTuber no mundo é o estadunidense Jimmy Donaldson, conhecido como *MrBeast*. seu canal possui mais de 230 milhões de inscritos, perdendo apenas para o canal indiano *T-Series*, da *gravadora Super Cassettes Industries Private Limited*.

⁸ Dados disponíveis em: <https://datareportal.com/essential-youtube-stats> Acesso em 13 de abril de 2025

⁹ A palavra Live em inglês, significa “Ao Vivo”, e é o nome dado à um vídeo transmitido ao vivo

2.1.3 Instagram

Lançado mundialmente em 2010, o Instagram começou como uma rede social para publicar fotos. Com filtros de imagem, e uma plataforma simples com esquema de seguidores, a rede social foi ganhando força durante os anos 2010. Em 2012 foi comprada pela Facebook Inc (Atual META). Em janeiro de 2025 contava com 1,74 bilhões de usuários.¹⁰ No Brasil, esse número chegou aos 141 milhões de usuários.

Com a popularização dos *Reels*¹¹ e dos *Stories*¹² as opções de conteúdo se ampliaram ainda mais, assim, o Instagram deixou de ser apenas uma rede de compartilhamento de fotos para se tornar um espaço estratégico de visibilidade e engajamento. A plataforma é amplamente utilizada por jovens, e por isso, se tornou atrativa para empresas e pessoas que visam monetizar conteúdo, e conquistar engajamento. De acordo com dados do *Data Report*, 31,6% dos usuários da plataforma têm entre 18 e 24 anos.

Dentro do meio das redes sociais, surgiram figuras que se destacam não apenas pelo número de seguidores, mas pela capacidade de influenciar comportamentos, opiniões e decisões de consumo. Esses são os Influenciadores Digitais, produtores de conteúdos que utilizam as plataformas de mídias sociais como meio de trabalho.

2.2 Influenciadores Digitais

Devido ao aumento do uso das redes sociais e da internet, alinhados com a necessidade do usuário de seguir formadores de opinião nos mais diferentes meios, surgiram os chamados influenciadores digitais. No final da década de 1990 quando os Blogs¹³ começaram a surgir, aquele que exercia um papel de destaque e influência em determinado assunto e publicava esse conteúdo nos blogs, era chamado de blogueiro. De acordo com Karhawi (2017) os influenciadores digitais derivam dos blogueiros, ou bloggers, de conteúdo relacionado à moda. Com o

¹⁰ Dados disponíveis em: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats> Acesso em 13 de abril de 2025

¹¹ Vídeos publicados no Instagram que ficam no perfil, normalmente curtos.

¹² Fotos ou vídeos que ficam fixos na aba "Story", e são visíveis durante 24 horas, normalmente usado por influenciadores para mostrar seu dia-a-dia.

¹³ Blog, contração dos termos em inglês web e log, é um site cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados artigos, postagens ou publicações.

tempo, esse formato se expandiu para diversos outros temas, mantendo a característica principal da pessoalidade. Com a criação do YouTube, surgiram os primeiros criadores de conteúdo em vídeo, dando início a uma nova era, dos chamados *Vloggers*. Vlog é a abreviação de videoblog, ou seja, ao invés de um texto escrito, está um vídeo.

No Brasil, os primeiros vloggers começam a publicar no início de 2010. À época, ainda não há nenhuma alusão ao termo “influenciador digital”. Em matéria do jornal Extra, publicada em 17 de julho de 2010, PC Siqueira – um dos primeiros produtores de conteúdo brasileiros no YouTube – é chamado de “videoblogueiro” e, em algumas passagens, apenas de blogueiro. A confusão é coerente uma vez que o termo vlogger/vlogueiro deriva de blogger/blogueiro. Enquanto os primeiros compartilham textos escritos, os recém-chegados transformam seus textos em vídeos. (Karhawi, 2017, p.54)

Para Thompson e Tompson (2019), influenciador digital é aquele que por meio de suas redes sociais, expõe seus gostos e seu dia-a-dia, visando engajamento, e por consequência, definir padrões de comportamento e consumo.

A influência social é o ato de levar uma pessoa ou um grupo a fazer ou a acreditar em algo que não pretendiam ou desconheciam, muitas vezes beirando a manipulação psicológica, que é um tipo de influência social que objetiva mudar a percepção e/ou o comportamento por meio de estratégias que podem ser abusivas e enganosas. (Thompson; Tompson, 2019, p.34)

Entre os diversos perfis que ocupam o *ciberespaço* como influenciadores, alguns se destacam não apenas pelo alcance, mas também pela forma singular com que constroem suas personalidades digitais. Nesse sentido, a trajetória de Léo Stronda oferece um exemplo das diferentes formas de atuação que coexistem nessa rede.

2.2.1 Léo Stronda

Léo Stronda, de 32 anos, é um youtuber, fisiculturista e ex-rapper. Nascido no Rio de Janeiro, Leonardo Schulz Cardoso fez sucesso no final dos anos 2000 no meio musical, com a dupla de hip-hop Bonde da Stronda, formada com seu amigo de infância Diego “Thug”. Quando jovem, além do interesse pela música, Léo se descobriu no meio da musculação, esporte que começou a praticar com 14 anos, por recomendação médica.

Em 2014, Leonardo idealizou um programa em formato televisivo no youtube, focado em conteúdo fitness. Surgiu então a Fábrica de Monstros, que com um formato tradicional de programa culinário televisivo, misturava humor com conteúdo sobre musculação e dieta. O canal obteve um crescimento exponencial ao decorrer dos anos, e se tornou referência no segmento, trazendo ainda mais notoriedade para o influencer. Segundo Melo Junior (2020) em 2018, por problemas contratuais com os produtores do canal, que alegavam que Léo não era o dono da marca, o youtuber foi obrigado a deixar o canal Fábrica de Monstros.

A descrição do canal informa que Léo Stronda é “o verdadeiro monstro”. Esta chamada faz uma referência ao canal “Fábrica de Monstros”, que teve Léo como apresentador durante alguns anos e grande repercussão. Os conteúdos divulgados pela Fábrica eram orientados por profissionais de nutrição e educação física, mas a postura humorística do apresentador era o grande chamariz do canal. (Melo Junior, 2020, p.162)

Após a saída, deu início a um novo canal, intitulado Léo Stronda. Em 2023, o influenciador conseguiu a compra do antigo canal, retomando a posse do Fábrica de Monstros. A contribuição gerada pelo canal Fábrica de Monstros abriu caminho para diversos outros influenciadores do meio fitness, aumentando a visibilidade do esporte e incentivando patrocínios.

Em 2024, estreou no canal Fábrica de Monstros o talk show *Fala Monstro*, apresentado por Léo. Em formato convencional de programa de auditório, o atleta entrevista personalidades do meio fitness, e em algumas dessas entrevistas, Léo fala abertamente sobre o uso de esteroides anabolizantes, muitas vezes com humor e sem seriedade.

O uso de anabolizantes com fins estéticos é amplamente recomendado no canal. Recurso válido para alcançar o shape (forma, corpo) ideal, fazer o monstro sair da jaula. Explica-se apenas o processo anabólico, mas não se fala sobre as consequências do uso indiscriminado dessas substâncias. Um limite é estabelecido no vídeo “São seus óleos”, em que Léo critica o uso do anabolizante Potenay com óleo mineral para modelar o corpo. A crítica parte tanto da estética – “Ele é deformado, né, velho?. Não tem forma a parada” –, quanto do risco à saúde – “Isso nada mais nada menos que uma inflamação dos tecidos musculares. (...) Ele não ganha um músculo. Ele ganhou pus”. O cuidado com o corpo é assunto constante, mas apenas com relação à musculatura. (Melo Junior, 2020, p.164)

Em 2025 o canal Fábrica de Monstros conta com 2,82 milhões de inscritos no youtube, e mais de 400 vídeos; já o canal Léo Stronda atingiu os 3,54 milhões. Léo participa também dos vídeos no canal da empresa que o patrocina, a Growth Suplementos.

Assim como Léo Stronda, outros nomes também vêm se destacando como expoentes entre o universo fitness e a atuação como influenciadores digitais, explorando diferentes formas de engajamento e construção de autoridade nas redes. Entre eles, Renato Cariani surge como uma figura central, reunindo não apenas grande alcance em plataformas digitais, mas também um discurso voltado à motivação, disciplina e estilo de vida.

2.2.2 Renato Cariani

Renato Cariani, de 48 anos, é um empresário, químico, educador físico e fisiculturista brasileiro. Renato conta com mais de 17,23 milhões de seguidores em suas redes sociais, sendo 8,6 milhões no Instagram, 7,23 milhões no Instagram e 1,4 milhões no TikTok. Cariani começou sua caminhada no esporte ainda jovem, por ter sido vítima de bullying. Aos 23 anos competiu em fisiculturismo pela primeira vez, mas seu auge no esporte só aconteceu em 2020, quando adquiriu seu *Pro Card*¹⁴.

No Youtube, Renato começou a produzir vídeos em 2006, onde ensinava como utilizar suplementos e dava dicas de exercícios. Após um longo período sem publicar nada, retornou em 2016¹⁵ e hoje o influenciador é considerado um dos grandes nomes do fitness brasileiro. Sua notoriedade é tanta, que o lendário fisiculturista Ronnie Coleman, oito vezes *Mr. Olympia*, gravou uma série de vídeos com Cariani em sua passagem pelo Brasil.

Em 2024, Renato anunciou sua saída da empresa de suplementos Max Titanium, com quem mantinha parceria desde 2020, após uma polêmica envolvendo uma denúncia de tráfico e lavagem de dinheiro envolvendo o empresário. Essa decisão fez o influencer migrar para a Growth Suplementos, que é uma concorrente direta de sua antiga empresa.

Mesmo com a polêmica, a popularidade de Cariani só aumenta. Semanalmente em seu canal de YouTube, acontece o programa IronCast, que trata sobre assuntos do meio da musculação e fisiculturismo, e na semana do dia 10 de

¹⁴ Pro Card é o termo usado para o cartão que habilita um atleta de fisiculturismo a competir em um evento profissional. Pode ser obtido em eventos amadores de renome, como Arnold Classic e Mr Olympia Amador.

¹⁵ Depoimento de Renato Cariani retirado de entrevista no youtube, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=T3aMdaQd8pg> Acesso em 5 de abril de 2025.

outubro dedicou seus episódios para a cobertura do maior campeonato de fisiculturismo do mundo, o *Mr. Olympia*.

Enquanto Renato Cariani se destaca pela forma como articula seu discurso de superação e saúde nas redes sociais, outro nome de grande relevância nesse cenário é o de Paulo Muzy. Com uma abordagem que combina conhecimentos científicos e experiências práticas, Muzy se consolidou como uma autoridade no campo do fitness e da saúde, conquistando um público fiel.

2.2.3 Paulo Muzy

Paulo Muzy, de 45 anos, é um médico, empresário, fisiculturista e influenciador digital brasileiro. Formado em Medicina pela UNIFESP em 2005, Muzy é hoje um dos médicos do esporte mais conceituados do Brasil. Segundo informações do site da clínica de Paulo, a Clínica Muzy,¹⁶ o médico iniciou sua vida no esporte logo aos dois anos de idade, na natação. Com 11 anos decidiu praticar musculação, com o objetivo de ganhar massa muscular para melhorar o desempenho na prática de artes marciais.

Além de sua paixão pela Medicina, Paulo é praticante de musculação há mais de duas décadas, e até já competiu nos palcos de fisiculturismo. O médico é patrocinado pela Max Titanium, e constantemente faz participações em vídeos nas páginas da empresa.

Em suas redes sociais Muzy acumula seguidores, sendo 7,9 milhões no Instagram, 1,2 no YouTube e 3,1 no TikTok. Tamanha influência se dá pelo seu conteúdo, voltado para dicas de estética, saúde e dietética, que ganham ainda mais força por seu repertório de médico pós-graduado em medicina do esporte.

Diariamente Paulo faz vídeos ao vivo em seu Instagram e YouTube, onde dá dicas e fala com seus seguidores sobre os mais variados temas. Algumas partes das lives são recortadas, e viram outras publicações, tanto em seu Instagram quanto no seu canal no YouTube.

¹⁶ Disponível em: <https://www.clinicamuzy.com.br/index.php/equipe> Acesso em 5 de abril de 2025.

3 MUSCULAÇÃO E ESTEROIDES ANABOLIZANTES

A musculação é a prática esportiva que utiliza o movimento dos músculos de forma resistida, com halteres, barras ou elásticos (FLECK, S. J.; KRAEMER, 2017). A origem da modalidade é incerta, autores como Bittencourt (1984) afirmam que o esporte surgiu na Grécia antiga. Uma das histórias mais famosas é de Milon de Crotona, atleta Olímpico de 500 a.C, que utilizava de seus bois como meio de treinamento, carregando-os em suas costas. Conforme os animais cresciam, sua força também crescia, algo semelhante ao que acontece no treinamento moderno de musculação, o que é chamado de progressão de carga. Schwarzenegger (2018) afirma que o treinamento de força progressivo funciona pois o corpo é planejado para se adaptar, ficando mais forte em resposta a maiores quantidades de estresse do que está sendo exposto.

Não é de se espantar que o esporte cujo principal objetivo é a melhora do corpo tenha surgido na Grécia. Tal qual na atualidade, na época de Milon existiam locais específicos para as práticas de treinamento corporal, os chamados ginásios, que eram locais públicos, separados por faixa etária. Normalmente situados nas proximidades dos rios, bosques, colinas, como uma forma de estar próximos das divindades (RAMOS, 1982. p. 108).

A arte grega é conhecida por representar em estátuas e pinturas corpos definidos e harmoniosos, não obstante, o maior campeonato de fisiculturismo mundial, o *Mr. Olympia*, tem seu nome graças à cidade grega Olímpia, onde surgiram os Jogos Olímpicos, competição que perdura até hoje, com diversas modalidades esportivas, incluindo o halterofilismo (levantamento de peso), esporte primo da musculação, mas com objetivo de performar força e não estética.

A musculação, como conhecemos hoje, começou a surgir no final do século XIX. Com a grande industrialização, viu-se a necessidade de preparar o corpo dos homens para o trabalho pesado, e das mulheres para as linhas de produção. Em 1877 o atleta Louis Attila recebeu uma estátua de Hércules com 36 diamantes cravejados, do príncipe de Gales. Louis era o que hoje conhecemos como um performista de circo e teatro, onde se exibia como “homem mais forte do mundo”.

Isso despertou a ambição dos homens, que passaram a buscar a musculação. (...) Nesse contexto é possível perceber ainda a influência da antiga cultura grega, que subsiste no cuidado com o corpo a fim de

aproximar-se do divino, de ser reconhecido e aceito na sociedade, e de ser remunerado e beneficiado com bens materiais pelas práticas que o sujeito desenvolve relacionadas ao corpo. (Miranda, 2014)

De acordo com Matos, Lisboa e Santos (2020) com as guerras, no começo do século XX, os soldados começaram a utilizar das técnicas de musculação para aumentar sua massa muscular, força, e se recuperar de lesões provenientes do campo de batalha. No pós-guerra, foram popularizadas as salas de musculação, local que contava com aparelhos e pesos específicos.

Miranda (2014) afirma que mesmo com a crescente prática da musculação, foi apenas em 1939 que foi regularizado o chamado “Culturismo”, pela American Athletic Union. No mesmo ano, foi criada a competição Mr. America, que avaliou físicos de atletas, baseado em hipertrofia, tamanho, definição, proporção e poses. Esses critérios são utilizados até hoje nas competições, porém as exigências em cada um, podem variar entre as diferentes categorias.

Segundo Da Conceição (2022) os competidores dos campeonatos de fisiculturismo são os chamados *bodybuilders*, dentro das competições existem diversas categorias nas quais um atleta pode se inscrever, entre elas se destacam a *Open Bodybuilding*, *Classic Physique*, *Men's Physique* e *212*, para homens, e para mulheres as categorias *Ms. Olympia*, *Wellness*, *Bikini* e *Women's Physique*.

Figura 3 - Top 3 do Mr.Olympia 2024 na categoria Classic Physique



Fonte: Gilco Productions/Instagram

Aiúba (2022) explica que, cada uma das categorias têm determinadas regras, por exemplo, na *Classic Physique* os atletas devem respeitar um determinado limite

de peso (que varia de acordo com sua altura) e utilizar sungas pretas, na Men's os atletas também devem respeitar o peso, porém sua proporção corporal é diferente de um atleta da Classic, pois a categoria valoriza o formato de "V", isto é, ombros largos e cintura fina, além de utilizarem bermudas durante as poses (diferente das demais categorias, a *Men's Physique* possui um tipo específico de poses, onde o atleta não flexiona seu músculos, e sim apresenta um físico relaxado). Já na Open Bodybuilding não há limite de peso e os atletas podem utilizar sungas de cores diversas.

A execução de poses tem uma importância vital porque, após anos de treinamento duro, exercitando-se por muitas horas na academia e fazendo dieta com grande disciplina por 10 a 12 semanas, você pode ganhar ou perder um concurso com o mesmo corpo! Não é só o seu físico que está sendo avaliado; é o seu físico como você o apresenta aos juízes. (Schwarzenegger, 2018, p.565)

Existem competições em que o uso de substâncias ergogênicas são proibidas, essas são chamadas de campeonatos para "naturais". As categorias são as mesmas, mas os físicos são completamente diferentes, visto que não há a utilização dos esteroides anabolizantes.

O uso de drogas também tem um efeito devastador para a imagem do esporte, com o público deixando de ver os atletas como representantes dos ideais de disciplina e dedicação promulgados pelo Comitê Olímpico Internacional. (Schwarzenegger, 2018, p.756)

Os esteroides anabolizantes são hormônios sintéticos, derivados de testosterona e/ou outros hormônios. Santos (2018) afirma que os primeiros relatos da busca do aumento de força datam das eras antigas, quando guerreiros se alimentavam da carne de seus inimigos para "absorver seu poder". Porém, os primeiros estudos que nos levam ao uso de hormônios para o aumento de força e vitalidade se iniciam em meados do século XIX.

A História nos leva ao ano de 1849, quando um cientista alemão, professor de Fisiologia, chamado Arnold Adolf Berthold, transformou capões apáticos em galos de combate. Ele removeu os testículos de quatro galos, tornando-os capões. Então, já pássaros assexuados, ele transplantou um testículo em cada, para dentro da cavidade abdominal, de dois deles. [...] A experiência foi um sucesso, mesmo considerando que na época não existia cirurgia asséptica, eles sobreviveram. Esses dois pássaros brigavam, perseguiam as galinhas com entusiasmo, exibiam uma crista brilhante e continuaram crescendo. Aqueles que não tiveram os testículos enxertados permaneceram gordos e pacifistas. Esse experimento tornou claro que a

substância masculinizante ativa estava na corrente sanguínea e não envolvia o sistema nervoso central. (Santos, 2018, p.1-2)

Segundo Santos (2018), os esteroides anabolizantes foram desenvolvidos na década de 1930, sendo testados primeiramente em cães, já na década de 1940, os alemães utilizaram esses hormônios com a finalidade de aumentar a agressividade dos soldados e para o tratamento de pessoas com queimaduras, depressão, e na recuperação de grandes cirurgias. Ainda de acordo com o autor, os alemães foram os primeiros a sintetizar os esteroides, e são acusados de promover experimentos com prisioneiros.

Os resultados dessas experiências perderam-se por nunca terem sido publicados. Alguns depoimentos pessoais sobre a guerra revelaram que os alemães forneciam esteroides anabólicos às suas tropas com intenção de aumentar sua agressividade. Sabe-se, de fato, dos registros físicos de Adolf Hitler, que ele tomava esteroides anabólicos, e especula-se que seu uso tenha ampliado sua personalidade agressiva (Santos, 2018, p.3)

Após a segunda guerra, o uso dessas substâncias se popularizou na Europa, entre os atletas de levantamento de peso, principalmente na Rússia. Até hoje os atletas russos são conhecidos pelo uso de substâncias de aumento de performance, uso esse que ocasionou no banimento da Rússia de competições esportivas por 4 anos, em 2019.

Uma pesquisa entre os participantes no atletismo (incluindo os americanos) nos Jogos Olímpicos de 1972, em Munique, Alemanha, revelou que 68% já haviam usado esteroides antes e 61% haviam usado nos seis meses anteriores” (Santos, 2018, p.4)

Segundo Santos (2018), em 1954 o médico Dr. Ziegler, dos Estados Unidos, acompanhava o campeonato mundial de levantamento de peso, em Viena, quando foi avisado que os levantadores soviéticos estavam tomando testosterona. Ao retornar aos Estados Unidos, o médico injetou o hormônio em si mesmo e depois o distribuiu para vários atletas de Nova York, provando então, que a testosterona era a razão da evolução observada. Posteriormente, Ziegler produziu o esteroide hoje conhecido como dianabol (metandrostenolona).

A regulação do uso dessas substâncias só foi ocorrer nos Estados Unidos em 1991 com a Lei de Controle Federal de Anabólicos, tornando os esteroides uma droga ilícita e sem prescrição. No Brasil, em 27 de abril de 2000 foi promulgada a Lei Nº 9.965, que restringiu a venda de anabolizantes em território nacional. Por meio da resolução CFM Nº 2.333, de 30 de março de 2023, o Conselho Federal de Medicina

do Brasil proibiu a prescrição de esteroides anabolizantes para fins estéticos, ganho de massa e melhora de desempenho esportivo.

Porém, mesmo com as proibições, o uso desses ergogênicos ainda é muito utilizado na prática do esporte, sendo um dos pilares do bodybuilding. Um fisiculturista de 32 anos morreu¹⁷ no último dia 15 de março em Goiânia, decorrente do uso de esteroides anabolizantes. Marcos Antônio Moraes Paz era fisiculturista e promotor de eventos. Segundo informações dadas pela esposa, Marcos utilizava as substâncias para se preparar para uma competição de bodybuilding. Na casa da família, foram encontradas caixas de remédios e uma lista de anabolizantes que o atleta deveria tomar, entre elas estavam o *Enantato de Trembolona* e o *Clenbuterol*.

Segundo Schwarzenegger (2018) em paralelo com os benefícios proporcionados pelos anabolizantes, como o aumento de performance esportiva, massa muscular e força, há também os efeitos colaterais negativos, que podem incluir queda de cabelo, espinhas, disfunção erétil, doenças hepáticas, cardíacas e renais.

O corpo tem mecanismos que monitoram a quantidade de testosterona no sistema e alertam o sistema endócrino para aumentar ou diminuir a produção de hormônios. Quando são usados esteroides, o organismo registra o aumento como excessivo e tende a reduzir ou bloquear a produção de testosterona. Isso pode levar a alterações na libido e muitas outras funções fisiológicas e psicológicas relacionadas com os níveis hormonais, como aumento da agressividade, depressão ou aumento da gordura corporal. (Schwarzenegger 2018, p.758)

Porém, nem todas as fontes alertam sobre as consequências dos esteroides anabolizantes da mesma forma que Schwarzenegger (2018), alguns indivíduos utilizam-se de abordagens enganosas para difundir informações falsas ou incompletas sobre o uso das substâncias, isto é chamado de Desordem Informacional. A seguir será definido como funciona essa difusão, e quais os tipos dessa desordem.

¹⁷ Fonte:

<https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2025/03/17/fisiculturista-morre-aos-32-anos-apos-uso-de-anabolizante-diz-familia.ghtml> Acesso em 14 de abril de 2025

4 DESORDEM INFORMACIONAL

Quando se trata de desordem informacional é de praxe pensar que ela nada mais é do que uma série de informações enganosas difundidas. Tal definição não está errada, porém passa longe de ser a resposta completa. Na verdade, o conceito de desordem informacional é amplo, e inclusive pode ser um conteúdo verdadeiro, divulgado de forma mal intencionada.

Para entender melhor sobre de que maneira os influenciadores fitness estão desinformando ao abordar o assunto do uso de hormônios, é necessário nos aprofundarmos sobre o que é essa desordem, se há tipos (e quais são), qual é o limiar entre desinformação, informação falsa, e verdade e de que forma esse fenômeno ocorre.

Segundo os pesquisadores Claire Wardle e Hossein Derakhshan, existem três tipos de desordem informacional, sendo elas: Informação Falsa, Desinformação e Informação Maliciosa.

Para a autora, informação falsa é aquilo que não é verdadeiro, porém sua difusão não é necessariamente para causar dano a alguém. Já a desinformação é algo que não é verdadeiro e foi feito exatamente para causar dano a algum grupo social, pessoa, organização ou país. A informação maliciosa difere das duas, pois é uma informação verdadeira, mas exposta de uma forma que pode levar a causar dano. Estabelecidos os três tipos, Wardle e Derakhshan expõem outros elementos, fases e critérios cruciais para a análise da desordem informacional.

Claire Wardle e Hossein Derakhshan explicam que no processo de desenvolvimento e disseminação da desordem informacional, existem elementos (e dentro deles, nuances) e fases, que influenciam diretamente na forma como é entendida a informação. São os elementos: o agente, a mensagem e o intérprete. E as fases: criação, produção e distribuição.

O agente está presente em todo o processo da desordem informacional, e segundo a autora, suas características variam de acordo com a fase. Para definir melhor o agente, são propostas sete perguntas, que visam identificar as motivações por trás de quem dissemina esses conteúdos. Dentre as sete perguntas, para o seguinte trabalho foi dado o enfoque em quatro específicas: Quais as motivações do agente?; Eles pretendem enganar?; Eles pretendem causar dano? Que tipo de ator são eles?

Existem quatro potenciais fatores motivadores: Financeiro: Lucrar com a desordem informacional através da publicidade; Político: Desacreditar um candidato político em uma eleição e outras tentativas de influenciar a opinião pública; Social: Conectar-se com um determinado grupo on-line ou off-line; e Psicológico: Buscar prestígio ou reforço. (Wardle, Derakshan, 2017 p.34)

Ou seja, todo agente de desordem informacional, seja ela informação falsa, desinformação ou informação mal-intencionada, tem algum objetivo da disseminação da informação em si, independente de querer ou não enganar e/ou causar dano a alguém.

Outro elemento já citado anteriormente é a mensagem, que como já se imagina, é o fruto da ideia construída pelo agente, que visa influenciar o receptor. Wardle e Derakhshan afirmam:

Os agentes podem comunicar a mensagem pessoalmente (por meio de fofocas, discursos, etc.), em texto (artigos de jornal ou panfletos) ou em material áudio/visual (imagens, vídeos, filmes, clipes de áudio editados, memes, etc.). Embora grande parte da discussão atual sobre 'fake news' tenha se concentrado em artigos de texto fabricados, a informação falsa e a desinformação aparecem frequentemente no formato visual. Isso é importante, pois as tecnologias para análise automática de textos são significativamente diferentes das tecnologias de análise de imagens estáticas e em movimento (Wardle, Derakshan, 2017, p.34)

Para definir a mensagem, antes é necessário identificar o formato, para assim catalogá-la de acordo com cinco perguntas propostas pelos autores. Sendo elas: Quão durável é a mensagem?; Quão precisa é a mensagem?; A mensagem é lícita?; A mensagem é um 'conteúdo impostor', isto é, se apresenta como uma fonte oficial?; Qual o alvo da mensagem?

Essas perguntas norteiam o que pode ser entendido da mensagem da desordem informacional. Cada aspecto citado explicita uma característica de algum dos três tipos de desordem informacional.

Para Wardle e Derakhshan, o tempo de duração da mensagem varia de acordo com os interesses do agente, tal qual a precisão da informação dita, que pode tanto ser verdadeira (porém utilizada para causar dano) ou pode ser falsa, variando entre conexão falsa e informações 100% fabricadas. Além disso, é preciso observar se a mensagem é lícita, isto é, não comete nenhum crime, como nos casos de discurso de ódio e assédio. O agente da mensagem pode também se apropriar de símbolos e marcas de forma enganosa, se passando por fonte oficial. Por fim,

chegamos na última pergunta: Quem é o alvo da mensagem? Os autores diferenciam o alvo a ser atingido do alvo a ser influenciado.

O agente tem em mente influenciar um determinado público, mas isso é diferente do alvo da mensagem (aqueles que estão sendo desacreditados pela mensagem). O alvo pode ser um indivíduo (um candidato ou um líder político ou empresarial), uma organização (uma empresa privada ou uma agência governamental), um grupo social (uma raça, uma etnia, a elite, etc.) ou uma sociedade inteira. (Wardle, Derakshan, 2017, p.35)

Finalmente, chegamos na figura dos intérpretes. O intérprete é aquele que receberá a mensagem formulada pelo agente, porém, sua única “função” não é apenas absorver a mensagem de forma passiva: “Em uma era de mídias sociais, em que todos são publicadores potenciais, o intérprete pode se tornar o próximo ‘agente’, decidindo como compartilhar e formatar a mensagem para suas próprias redes.” (Wardle, Derakshan, 2018 p.60). A maneira como cada indivíduo entende o que é transmitido, varia de acordo com suas vivências anteriores, seu grupo social e sua “tribo”.

Figura 4: Perguntas a serem feitas sobre cada elemento de um exemplo de desordem informacional

Agentes	Tipo do Ator: Nível da Organização: Tipo da Motivação: Nível de Automação: Audência Pretendida: Intenção de Prejudicar: Intenção de Enganar:	Oficial / Não Oficial Nenhum / Fraco / Firme / Em Rede Financeiro / Político / Social / Psicológico Humano / Ciborgue / Bot Membros / Grupos Sociais / Toda a Sociedade Sim / Não Sim / Não
Mensagens	Duração: Acurácia: Legalidade: Tipo de Impostor: Alvo da Mensagem	Longo prazo / Curto prazo / Baseado em Eventos Enganosa / Manipulada / Fabricada Lícito / Ilícito Nenhum / Marca / Indivíduo Indivíduo / Organização / Grupo Social / Toda a Sociedade
Intérpretes	Leitura da Mensagem: Medida Tomada:	Hegemônica / Oposicional / Negociada Ignorada / Compartilhada em apoio / Compartilhada em oposição

Fonte: Wardle e Derakshan (2017)

As perguntas expostas acima pelos autores servirão de base para as categorias de análise a serem aprofundadas no próximo capítulo.

5 METODOLOGIA E ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES

Pesquisando a respeito do tema em repositórios acadêmicos como o Repositório da UFU, o Google Acadêmico e o *EBSCO*, foi notada uma ausência de obras relacionadas ao assunto na área da comunicação. Opta-se por uma abordagem qualitativa porque o objeto deste estudo envolve sentidos, percepções e construções simbólicas que não podem ser plenamente compreendidos por meio de dados numéricos, dessa forma, propõe-se a compreensão dos conteúdos dos influenciadores e os significados que eles transmitem aos seus seguidores. A análise de conteúdo será utilizada como a principal técnica de coleta.

A análise de conteúdo um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2016, p. 48).

Bardin (2016, p. 32) destaca que a análise de conteúdo surgiu nos Estados Unidos no início do século XX, inicialmente focada na mensuração quantitativa de conteúdos jornalísticos e na análise de propaganda política.

Para esta pesquisa, foi selecionado um conjunto de dados composto por postagens dos perfis em plataformas digitais populares. O corpus incluirá postagens em formato de imagem e texto (legendas de fotos, vídeos curtos ou posts patrocinados) e vídeos de treino e tutoriais (influenciadores compartilhando suas rotinas e dicas de treino e suplementação) do Instagram, TikTok e Shorts do YouTube.

Os dados foram organizados por data, e analisados a fim de identificar se houve presença de desordem informacional no conteúdo de cada influenciador nos casos em que as publicações fizeram menção ao uso de hormônios.

A abordagem descritiva, portanto, torna-se essencial, pois facilita a identificação de padrões e categorias que podem fundamentar investigações mais profundas. Além disso, a popularidade crescente do tema no momento reforça a necessidade de uma análise que combine a riqueza da pesquisa qualitativa com a capacidade de analisar dados da abordagem quantitativa.

Para a coleta dos dados, foi definido o recorte temporal entre 10 de setembro à 20 de outubro, a escolha do período se deu pois durante o mês de outubro ocorreu o *Mr. Olympia*, maior evento de fisiculturismo mundial, o que contribuiu para um maior fluxo de publicações a respeito do tema. As publicações a serem analisadas foram retiradas dos perfis de Instagram, TikTok e YouTube dos influenciadores Léo Stronda, Renato Cariani e Paulo Muzy.

A escolha dos influenciadores se deu devido ao número de seguidores e a relevância que tais pessoas têm dentro do nicho. Todos os influenciadores escolhidos já falaram sobre uso de hormônios, em vídeos, publicações e storys, em momentos anteriores à pesquisa. De tal forma, a escolha dos objetos se deu também de forma empírica.

Para a análise foram incluídas postagens em página (Feed do Instagram e Perfil do TikTok) e Shorts do Youtube, que mencionam ou discutem sobre o uso de hormônios (esteroides anabolizantes, suplementos hormonais ou práticas relacionadas à modificação corporal através de substâncias químicas).

Foram excluídas postagens que não apresentem menções diretas ou indiretas ao uso de hormônios; conteúdos que não se refiram diretamente a conceitos de saúde ou bem-estar, como postagens puramente de entretenimento ou comercialização de produtos que não estejam relacionados com o fitness; publicações de cunho político partidário; fotos e vídeos com familiares e/ou marcações de terceiros em redes sociais; stories e/ou vídeos de visualização máxima de 24h.

Durante um período de 17 dias, foi feita uma coleta de posts das redes sociais dos influenciadores fitness Léo Stronda, Renato Cariani e Paulo Muzy buscando palavras-chave como “uso de esteroides”, “treino”, “suplementação hormonal”, “dicas de aumento de massa muscular”.

As postagens selecionadas para análise foram dispostas a partir da data de publicação, da mais antiga para a mais recente. A ordem de análise dos perfis se deu com base no número de seguidores, do menos seguido para o mais seguido.

Para a análise, foi considerado como desordem informacional, publicações que: Incentivem o uso das substâncias hormonais; falam positivamente das substâncias, sem expor riscos e colaterais; por meio de humor e/ou sarcasmo, banalizam o uso dos esteroides; fazem propaganda, visando a venda de hormônios; apresentem pessoas utilizando as substâncias.

Além de identificar as publicações que contenham desordem informacional, estas serão catalogadas entre os três tipos citados anteriormente: Desinformação, Informação Falsa, e Informação Mal Intencionada. Para definir quais publicações se enquadram nos três tipos de desordem, é necessário retomar as perguntas que Wardle e Derakhshan sugerem para identificar os três elementos da desordem informacional.

De acordo com o tipo de agente e mensagem, diferem também os tipos de desordem. Wardle e Derakhshan (2017) definem a desordem informacional nas seguintes categorias:

Quadro 1 - Tipos de Desordem Informacional por Wardle e Derakhshan

Desinformação	Informação Falsa	Informação Maliciosa
Informação falsa e deliberadamente criada para causar danos a uma pessoa, grupo social, organização ou país.	Informação falsa, mas que não foi criada com a intenção de causar danos.	Informação baseada na realidade, mas usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país.

Fonte: Wardle e Derakhshan (2017)

Como citado anteriormente, os autores estabelecem três elementos que definem os tipos de desordem informacional. São eles o agente, a mensagem e o intérprete. No presente trabalho, não analisaremos o intérprete, visto que não foi possível, dentro do tempo de produção da pesquisa, realizar entrevistas com seguidores dos influenciadores. Para identificar as características dos elementos, os autores propõem as seguintes perguntas.

Quadro 2 - Perguntas sobre os elementos de Desordem Informacional

Perguntas sobre o agente	Perguntas sobre a mensagem
Que tipo de ator são eles?	Quão durável é a mensagem?
Quão organizados eles são?	Quão precisa é a mensagem?
Quais são as suas motivações?	A mensagem é lícita?
Quais públicos eles pretendem alcançar?	A mensagem é um 'conteúdo impostor', ou seja, apresenta-se como se fosse uma fonte oficial?

O agente está usando tecnologia automatizada?	Qual é o alvo pretendido da mensagem?
Eles pretendem enganar?	
Eles pretendem causar dano?	

Fonte: Wardle e Derakhshan (2017)

Dessa forma, após identificar os agentes e a mensagem, é possível estabelecer os códigos (palavras/temas chave) a serem buscados nas publicações para utilização na análise, e categorizados nos 3 três tipos de desordem informacional citados anteriormente (Desinformação, Informação Falsa e Informação Mal Intencionada), sendo eles: publicações que incentivem o uso das substâncias hormonais; falam positivamente das substâncias, sem expor riscos e colaterais; por meio de humor e/ou sarcasmo, banalizam o uso dos esteroides; fazem propaganda, visando a venda de hormônios; apresentam pessoas utilizando as substâncias.

Tendo as perguntas acima como base, foi construído o quadro a seguir para categorizar as publicações, de acordo com o conteúdo presente.

Quadro 3 - Categorização das publicações de acordo com os conceitos de Desordem Informacional

Desordem Informacional		
Desinformação	Informação Falsa	Informação Mal-Intencionada
Publicações que falam que utilizar esteroides não causam efeitos colaterais.	Publicações que relatam experiências baseadas em casos isolados	Publicações que incentivem o uso das substâncias hormonais.
Publicações que contradizem a ilegalidade da venda dos esteroides.	Publicações que utilizam generalizações	Por meio de humor e/ou sarcasmo, banalizam o uso dos esteroides.
Fazem propaganda, visando a venda de hormônios.		Utilizar de falas de especialistas para endossar o uso.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Após a coleta dos dados foi observada uma ausência de amostragem na rede social rede social TikTok, assim como a ausência de amostragem do influenciador

Renato Cariani, durante o período de recorte. No YouTube Shorts, foi observada ausência de amostragem no perfil do influenciador Leo Stronda.

Ao todo foram encontradas 12 publicações que faziam menção ao uso de hormônios durante o período de recorte.

Quadro 4 - Quantidades de publicações, tipos e redes sociais utilizadas.

Nome do Influenciador	Número de publicações no período	Redes sociais utilizadas	Tipos de publicações
Paulo Muzy	8	YouTube Shorts e Instagram	Vídeos curtos/Reels
Léo Stronda	4	Instagram	Reels
Renato Cariani	-	Sem amostragem	-

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

A primeira publicação¹⁸ a ser analisada é do influenciador Léo Stronda, publicada no dia 11 de setembro de 2024. Na postagem, em formato de Reels, o influenciador está entrevistando Leonardo Scarpelly, figura conhecida no meio fitness. Léo Stronda faz a seguinte pergunta: “Esse hemogenin¹⁹, como você tomava ele?” Ao perguntar, Léo esboça um riso que precede a resposta do convidado: “Na época eu tomava um comprimido antes de dormir... Hoje eu tomo 6 antes do treino, todo dia de pré-treino²⁰” responde Scarpelly.

O convidado continua, agora dando uma dica de como utilizar os esteroides anabolizantes como pré treino: “Tu vai jogar ai, 2ml de trembo, de leve, 6 comprimidinhos de hemogenin pra dar um pump ²¹ e um tadala²² de 20”. Léo Stronda, dando risadas, complementa: “O que isso vai dar de cabeça é brincadeira”.

¹⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_y6ptzMzqX/ Acesso em 16 de abril de 2025.

¹⁹ Hemogenin (oximetolona) é um medicamento para tratamento de anemias. Também utilizado como esteróide anabolizante, pode causar problemas hepáticos graves. Fonte: <https://www.bulas.med.br/p/bulas-de-medicamentos/bula/2820/hemogenin.htm> Acesso em 19 de abril de 2025.

²⁰ O termo pré-treino é associado a um suplemento que praticantes de musculação utilizam antes de começar seus treinos, majoritariamente composto de taurina, cafeína e beta-alanina. Pode ser relacionado também a qualquer alimento e/ou outro suplemento tomado antes do treino de musculação. Fonte: <https://www.gsuplementos.com.br/pre-treino/> Acesso em 19 de abril de 2025.

²¹ Pump é o termo utilizado na musculação para fazer referência ao aumento da circulação de sangue no músculo alvo de treino, que durante a sessão de treinamento, pode crescer em tamanho. Fonte: <https://vitat.com.br/pump-muscular-pos-treino/> Acesso em 19 de abril de 2025.

²² Tadalafila é um remédio vasodilatador utilizado para o tratamento de doenças cardíacas e disfunção erétil, comumente utilizado por praticantes de musculação. Fonte: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cy7qjrpmyrlo> Acesso em 19 de abril de 2025.

Scarpelly alerta sobre os cuidados a se tomar ao utilizar essas substâncias: “O que não pode é fazer esse combo dois dias seguidos, se não dá ruim”. Ainda em tom de brincadeira Stronda completa: “O fígado vira uma gelatina”. O convidado então diz: “Isso aí (fígado) eu já não tenho mais, mas é bom, eu gosto”, e em seguida retira do bolso uma caixa com comprimidos de Tadalafila, fazendo alusão a embalagem da bala “tic-tac”, oferecendo o remédio.

A forma como Léo Stronda e Scarpelly abordam a utilização da substância demonstra despreocupação com os colaterais provenientes do uso dos hormônios. Ao fazer alusão às substâncias com humor e sátiras, tanto entrevistado, quanto entrevistador, não demonstram preocupação em alertar sobre as consequências de utilizar tantas drogas. Mesmo que, no final, houve um alerta, o mesmo não pareceu sério, visto que em seguida Scarpelly afirma que gosta de tal mistura.

Dessa forma, é possível afirmar que há a presença de desordem informacional na publicação, podendo catalogá-la como Informação Mal-Intencionada, visto que Léo Stronda e Scarpelly banalizam o uso das substâncias utilizando de humor e sátiras.

A segunda publicação²³ a ser analisada foi postada no dia 13 de setembro de 2024, também no perfil do influenciador Léo Stronda. Retirada da mesma entrevista com Leonardo Scarpelly, o reels começa com o entrevistado dando um depoimento sobre a utilização da droga Potenay²⁴: “Aí eu falei, se eu jogar no músculo sem treinar, ele dá pump, o que vai acontecer se eu jogar na cabeça da ‘chibata’? Vai pumpear”.

A fala de Scarpelly faz alusão a utilização da droga injetável na glândula do pênis, com o objetivo de aumentar o tamanho do órgão. As falas de Scarpelly são acompanhadas de risos de Léo Stronda e de outros presentes no momento da entrevista.

Comprei xilocaína²⁵[...] Ai eu botei a agulha de insulina, que eu não sou otário. Injetei a agulha e não senti nada. Quando eu joguei o potenay, pensa em uma dor[...] Deu um pump[...] Mas ficou ‘mó’ cabeção torto, parece que um marimbondo tinha mordido. (Scarpelly, @leostronda, 2024)

²³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_3pGMDB7sy/ Acesso em 16 de abril de 2025.

²⁴ Potenay é um é um preparado químico, contendo complexos vitamínicos (tônico reconstituente e estimulante). Originalmente desenvolvido para a ser usado em animais, mais precisamente para recuperação de animais de grande porte (mamíferos especificamente) em estado debilitado. Fonte: <https://www.dicasdetreino.com.br/potenay-injetavel-menfertemina/> Acesso em 19 de abril de 2025.

²⁵ Xilocaína é um anestésico tópico indicado para queimaduras, herpes zoster ou labial, hemorroidas ou fissuras anais, por exemplo, pois age bloqueando o impulso nervoso da dor para o cérebro. Fonte: <https://www.tuasaude.com/xilocaina/> Acesso em 19 de abril de 2025.

Figura 5 - Print da publicação no perfil de Léo Stronda



Fonte: Instagram | Léo Stronda @leostronda

Ao analisar o conteúdo da publicação, é possível observar total falta de cuidado ao falar sobre as formas de utilização do esteroide anabolizante. Já que a aplicação de substâncias hormonais (além de perigosa) deve ser feita apenas com acompanhamento médico profissional. Dessa forma, podemos afirmar que há a presença de desordem informacional na postagem, categorizando-a como desinformação, pois as informações dadas induzem ao dano e não são verdadeiras.

A terceira publicação²⁶ a ser analisada foi publicada no perfil de Léo no dia 3 de outubro de 2024. A postagem em formato de reels destaca um trecho de uma entrevista com o fisiculturista Fabio Giga contando uma história em comum com Léo Stronda.

Uma vez eu fiquei na casa desse cara aqui (Léo Stronda), e precisava tomar o negocinho que você sabe que eu já tomava (esteroides). Falei, Léo aplica em mim. Ele disse, que tinha a mão boa, preparou o 'bagulho', aí eu virei o ombro, ele foi e aplicou 'pum'. Pensei assim 'de boa né', mas ele não limpou, não passou um algodão, então na hora que ele tirou, o 'bagulho' começou a esguichar sangue. Ele ficou olhando e 'meteu' a mão na boca, tirou a saliva e tampou o furo. (Giga, @leostronda, 2024)

O depoimento de Fabio Giga não apresenta incentivo ao uso das substâncias, porém deixa claro que o atleta faz o uso de esteroides, e a partir de sua experiência

²⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DAqVYSehjaW/> Acesso em 16 de abril de 2025.

na aplicação dos anabolizantes, banaliza os protocolos sanitários corretos, assim como na publicação anterior. Porém, diferente do último, a publicação não causa dano, sendo enquadrada apenas como Informação Falsa, pois se baseia apenas no caso isolado em que a aplicação mal feita não gerou problemas.

A última postagem do influenciador Léo Stronda a ser analisada foi publicada no dia 14 de outubro de 2024. O reels é outro trecho retirado da entrevista com Fabio Giga, agora, Léo pergunta para Fábio com que idade ele começou a treinar musculação, e Giga responde: “19 para 20, logo que meu pai morreu, mas usar esteroides só depois dos 25”. Léo então se vira para seu amigo “Marrom”, presente na gravação e afirma: “Tá vendo Marrom, e tu já quer tomar as coisas. Não vai tomar cara, tem que segurar a onda. Tu é criança ainda”. Após isso, surge uma edição mostrando “como seria” caso Marrom utilizasse as substâncias. Giga e Léo afirmam para que Marrom aguarde para utilizar os hormônios, e Marrom pergunta: “Tomou (anabolizantes) com quantos anos?”. Léo encerra dizendo que a entrevista é com Fábio, a fim de fugir da pergunta.

A publicação, mesmo que de caráter humorístico, apresenta a preocupação por parte de Léo e de Giga para com Marrom, incentivando-o a não utilizar os anabolizantes. Dessa forma, mesmo se tratando da temática do uso de esteroides a postagem não apresenta os traços de desordem informacional categorizados anteriormente.

Assim, foi concluída a análise das publicações encontradas no perfil do influenciador Léo Stronda, no período de 10 de setembro a 20 de outubro. No quadro a seguir será possível observar uma relação entre a quantidade, tipo e conteúdo das publicações do influenciador, no período.

Quadro 5 - Tipos, conteúdo e desordem informacional das publicações de Léo Stronda

Publicações do Influenciador Léo Stronda				
Tipos de desordem informacional	Desinformação	Informação Falsa	Informação Maliciosa	Não houve a presença de desordem informacional

Quantidade	1	1	1	1
Rede Social/Forma to	Instagram/Reels	Instagram/Reels	Instagram/Reels	Instagram/Reels
Conteúdo	Induz ao dano a partir de maneiras incorretas de utilizar esteróides	Informação baseada apenas em caso isolado	Banalização do uso de esteróides	Alerta sobre a não utilização de hormônios

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Diferente de Léo Stronda, Paulo Muzy tem em suas publicações uma visão mais clínica sobre os assuntos relacionados a musculação e uso de hormônios, devido a sua sua formação em medicina. Dessa forma, será dada continuidade a análise dos dados, agora analisando as publicações dos perfis de Instagram e YouTube de Paulo Muzy.

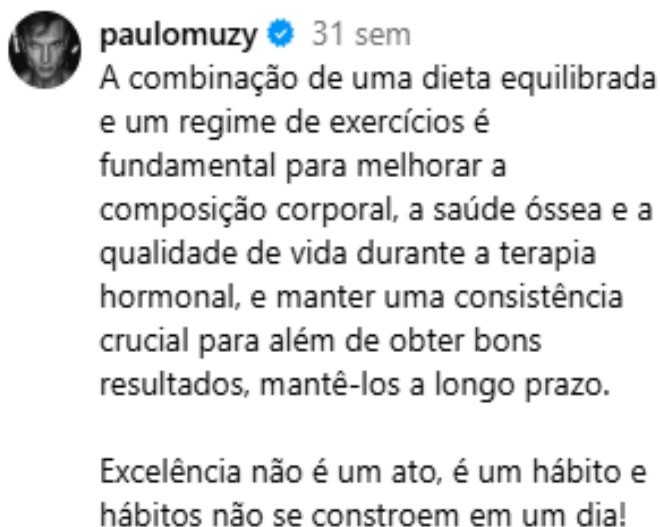
A primeira postagem²⁷ de Paulo a ser analisada foi publicada no Instagram no dia 11 de setembro de 2024, em formato de Reels. O vídeo é um trecho retirado de lives que Muzy faz diariamente enquanto está em sua bicicleta ergométrica fazendo exercício cardiovascular. Nessas lives, Paulo responde perguntas dos seguidores e dá dicas sobre saúde, alimentação e treino. Na postagem, Paulo trata sobre o uso de esteróides para fins de emagrecimento.

Tratamento hormonal de uma forma geral, ele é o hormônio, dieta, porque engorda. 'Ah, mas o hormônio emagrece.' Não, não emagrece. Ele aumenta a resistência à insulina, a fome e muda o seu comportamento alimentar. Então não sonha. Se você usar hormônio desse jeito, você vai engordar, e bastante. E finalmente, exercício. Você treina uma vez por semana? O que na vida você fez uma vez por semana que deu certo? Você trabalha uma vez por semana? Você namora uma vez por semana? Real, oficial. O que é na vida que você faz uma vez por semana que funciona? Nada. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

Na legenda da publicação, Muzy alerta sobre a importância de uma dieta equilibrada para a manutenção da saúde corporal.

²⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_xWQxdpyLf/ Acesso em 17 de abril de 2025.

Figura 6 - Legenda do Reels publicado no dia 11 de setembro de 2024.



Fonte: Instagram | Paulo Muzy @paulomuzy

Ao analisar a publicação de acordo com os critérios estabelecidos anteriormente não foi identificada a presença de desordem informacional, pois o médico utiliza de seu saber para alertar sobre o uso, e conscientiza seus seguidores sobre a maneira correta de suplementar tanto em alimentos, quanto com hormônios.

A segunda publicação²⁸ retirada do perfil de Paulo Muzy para análise, foi postada no dia 16 de setembro de 2024. Assim como na anterior, o trecho foi retirado de uma live, em que Paulo tira dúvidas a respeito do uso do esteróide GH²⁹, também conhecido de hormônio do crescimento.

Por isso que é uma sacanagem dar GH para o sujeito que quer emagrecer. 'Ah, vou tomar GH porque melhora o metabolismo'. Não, não é assim. Se você faz isso aleatoriamente, você corre o risco de aumentar sua resistência à insulina e engordar bem mais rápido. Até porque um dos efeitos colaterais do HGH é dar fome. O sujeito precisa controlar a alimentação, aí você dá um troço que dá fome para ele. Parabéns. 'Ai, mas o bodybuilder toma'. Você já comeu que nem um bodybuilder? Experimenta comer que nem um bodybuilder e você vai ver que a coisa é muito diferente, mas muito, muito, muito diferente. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

Na legenda da postagem, Paulo explica os colaterais e variáveis que a utilização do GH pode ter no organismo.

²⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_-OODbp4Sc/ Acesso em 17 de abril de 2025.

²⁹ GH é a abreviação em inglês de Growth Hormone, em português Hormônio do Crescimento. Os efeitos colaterais do hormônio de crescimento podem incluir crescimento ósseo irregular, particularmente em torno da face, e grave dano cardíaco. Fonte: <https://www.endocrino.org.br/10-coisas-que-voce-precisa-saber-sobre-crescimento-e-gh/>

Os efeitos e resultados do uso dos hormônios de crescimento (GH) dependem significativamente da condição individual do paciente.

A resposta terapêutica ao GH é altamente variável e influenciada por múltiplos fatores, incluindo idade, sexo, índice de massa corporal, nível basal de GH, qualidade de vida e outras terapias hormonais concomitantes.

A terapia com GH pode melhorar várias anormalidades associadas ao GHD, como aumento da gordura corporal total e visceral, baixa massa óssea e muscular, e perfil cardiovascular desfavorável. No entanto, a resposta ao tratamento é individualizada e pode ser otimizada através de estratégias de titulação de doses personalizadas.

Além disso, fatores genéticos, como polimorfismo genético, podem influenciar a resposta ao tratamento com GH, destacando a necessidade de uma abordagem personalizada.

Portanto, os efeitos e resultados do uso do hormônio de crescimento dependem da condição individual do paciente, e a personalização do tratamento é essencial para melhorar os resultados terapêuticos. A terapia com GH não substitui bons hábitos alimentares e atividade física, ao contrário o indivíduo precisa ter uma rotina saudável e boas estratégias para alcançar bons resultados. Quer ter acesso às minhas estratégias? Clique no link da bio e conheça o Plano Muzy. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

Assim como na publicação anterior não houve presença de desordem informacional, pois Paulo aborda a utilização do esteróide de maneira cautelosa, incentivando a busca por atendimento profissional especializado. Mas é importante observar que, ao final da legenda, Paulo Muzy tenta induzir ao seu público que acessem o link para conhecer o Plano Muzy³⁰, consultoria/mentoria paga, que tem como objetivo auxiliar com planos de alimentação e treino.

Figura 7 - Valor e benefícios do Plano Muzy.

INSCREVA-SE HOJE MESMO!

~~DE R\$ 59,90~~

POR 12X R\$ 29,90

PLANO MUZY
OS MISTÉRIOS DO RESULTADO

- ⊕ Fichas de treino para perder gordura e ganhar massa muscular
- ⊕ Estratégias alimentares para melhorar o seu metabolismo
- ⊕ Acesso completo aos vídeos dos exercícios
- ⊕ Nível iniciante ao avançado

Fonte: Site do Plano Muzy www.planomuzy.com.br

³⁰ Disponível em: <https://planomuzy.com.br/> Acesso em 17 de abril de 2025.

A terceira publicação de Paulo Muzy a ser analisada foi postada no Instagram no dia 3 de outubro de 2024. Nela, Paulo ironiza uma pergunta feita por seu seguidor, que confundiu a palavra esteroide com asteroide.

Com 17 anos posso tomar algum asteroide? Eu juro por Deus que ele escreveu asteroide. Eu acredito que você não deva tomar um asteroide. Primeiro porque você tem que entrar, para começo de conversa, em órbita. E lá é um espaço que não tem muito ar sobrando. Isso quer dizer que você vai ter alguma dificuldade para respirar. Segunda razão, não tem asteroides que passam perto da Terra em períodos muito curtos. Então você teria que ir até o cinturão de asteroides externos do nosso sistema solar. O que ia demorar um pouquinho. E se você viajar na velocidade da luz, o que é uma coisa impossível, pergunta para o Serjão do foguete, ainda assim você demoraria horas para atingir esse cinturão exterior. Como não é o caso, é uma caminhada mais longe do que você ir até a igreja, passar na padaria, dar um pulo no mercado e voltar para a sua casa. Não faça isso. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

O conteúdo, de humor e sátira não apresenta a menção direta de esteroides anabolizantes, mas é relevante pois explicita o compromisso que Paulo Muzy tem demonstrado ao dar informações precisas, sem incentivar a utilização dos anabolizantes. Dessa forma, é possível afirmar que a postagem não contém desordem informacional.

Diferente das publicações anteriores, as próximas análises serão a partir de Shorts do YouTube, publicados entre 10 de setembro e 20 de outubro. As publicações seguem o mesmo padrão, onde Paulo responde dúvidas dos seguidores em suas lives matinais.

Para a sequência da análise, foram encontrados 5 Shorts publicados no período de recorte no canal de Paulo Muzy no YouTube. Dos 5, 3 foram retirados da mesma pergunta. Dessa forma, a análise de 3 dos shorts acontecerá de forma conjunta, visto que são sequenciais.

Os 3 vídeos a serem analisados foram publicados no canal do YouTube de Paulo Muzy em formato de Shorts, respectivamente nos dias 21, 22 e 24 de setembro de 2024. O vídeo na íntegra³¹ foi disponibilizado no dia 16 de setembro, também no canal de Paulo Muzy. Seguindo o formato de live, no primeiro shorts,³² Paulo é questionado sobre o uso do esteroide anabolizante Cipionato de Testosterona como forma de terapia de reposição de testosterona (TRT).

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6KKhiENzyzE> Acesso em 17 de abril de 2025.

³² Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/SYgc0QW1IRM> Acesso em 17 de abril de 2025.

100mg de cipionato por semana é uma boa TRT? Eu diria que é uma ótima TRT. Um homem usando 100mg de cipionato por semana, ele vai ter da ordem de 600 a 700 nanogramas por decilitro de testosterona ao longo da semana. Vale lembrar que eu já vi mulher tomando isso e eu já vi mulher tomando mais que isso. Uma mulher com 700 de testosterona, ela deixa de ter o que são características femininas. Então não adianta falar, 'Ah mas é meia.' Eu não sei porque existem ainda pessoas profissionais que insistem em dar essa dosagem dessa droga para mulheres. Não tá certo, não tem nada que sustente esse tipo de ação e é isso. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

No segundo shorts³³ Paulo disserta sobre os efeitos colaterais do Cipionato, dando exemplo de pacientes que não se adaptaram com a substância.

Cipionato de testosterona ele tem uma diferença das outras preparações, ele aumenta muito a irritabilidade. Eu tenho alguns pacientes que fazem TRT, ou porque são mais velhos ou porque tiveram um problema e perderam testículo ou o testículo não funciona. De todos os pacientes, são algumas centenas, somente dois se adaptam com cipionato. O resto não tolera. Ele retém mais líquido, deixa a pessoa mais avermelhada. Então você olha a pessoa, ela está com aquela cara de bolacha. Se ela está tão inchada que a borda da órbita fica inchada, avermelhada é muito caricato, sabe? Que nem acne nas costas, é muito caricato. Eu vejo que existem medicações melhores para fazer esse tipo de coisa. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

Na terceira publicação do YouTube³⁴ Muzy critica pessoas que utilizam da substância sem a devida necessidade.

Acho que pior do que você fazer um processo de anabolismo sem saber o que tá fazendo, é você querer dar um nome para amenizar as coisas. É a mesma coisa que contar mentira. Ah, o fulano tá fazendo TRT. Quantos anos ele tem mesmo? Ah, 35. Não, ele tá anabolizando mesmo, é isso que ele tá fazendo. Eu não falo isso com julgamento moral. Se eu falasse eu ia falar, ah, o fulano tá tomando bomba. Eu acho que quem fala isso é uma coisa meio imbecil. Mas vamos dar nome certo. Se você não tem 65 anos de idade e usa testosterona, você está num processo de anabolismo. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

Como visto anteriormente, Paulo tem como característica dicas que visam conscientizar sobre o uso de esteroides anabolizantes. Analisando apenas o primeiro Shorts, é possível indagar que Muzy praticou Desordem Informacional, mais especificamente Informação Falsa, ao concordar que o uso de 100mg de cipionato seria uma boa dose para um homem, visto que isso é uma generalização. Porém, observando o contexto geral das duas publicações expostas em seguida, é possível

³³ Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/hJqE3jHVxsx> Acesso em 17 de abril de 2025.

³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/jiKKJyiaqFU> Acesso em 17 de abril de 2025.

observar que Paulo expõe os riscos e colaterais do uso indevido da droga, além de fazer uma crítica a quem utiliza a terminologia TRT como forma de eufemismo. Dessa forma, seguindo os critérios estabelecidos anteriormente, foram encontrados traços de desordem informacional apenas no primeiro shorts do YouTube, por incluir generalização.

O quarto Shorts³⁵ retirado do canal do YouTube de Paulo Muzy, foi publicado no dia 10 de outubro de 2024, nele o médico faz um alerta aos jovens a respeito do uso dos esteróides anabolizantes.

Se você é jovem e você tem produção natural de testosterona, a recomendação é que você pare de usar testosterona e você deixe seu corpo produzir sua própria testosterona, principalmente se você é jovem. Quando o cara está mais velho, 40, 50, mais 'baleadão', tudo bem. É aquela coisa que passa. Mas é muito claro você ver na pessoa o estigma de que ela está com excesso de hormônio. Olha para o seu físico, olha no espelho. Se você não tiver igual a um fisiculturista, pare com isso. Real. Não se engane. Acho que a pior situação são as pessoas se enganando. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

Assim como nos dois últimos vídeos, Paulo Muzy faz um alerta a respeito do uso desnecessário das substâncias, agora não dando tanto enfoque nos efeitos colaterais, mas ainda assim fazendo uma crítica ao uso desnecessário. A postagem não contém a presença de desordem informacional, pois a menção ao uso de esteroides se limita a um conselho para jovens que utilizam ou querem utilizar anabolizantes.

A última publicação³⁶ de Paulo Muzy a ser analisada foi publicada no dia 17 de outubro de 2024. No vídeo, Muzy responde seu seguidor Charles, que pediu dicas de como utilizar os esteroides anabolizantes.

Quais são suas dicas para tomar alguns anabolizantes e qual seria o melhor momento para isso? Charles, essa é a coisa mais tola que eu já ouvi. Dica para tomar anabolizante, por que você não pede dica para tratar de câncer? Olha, eu queria uma dica para tratar de um câncer, de oatcell no pulmão. Eu queria dica para tratar de um acidente vascular cerebral. Me dá uma dica para tratar infarto? Você está achando que esteroide é uma brincadeira, Charles? Se você está achando, você está pronto para ser enrabado por um esteroide. É isso que vai acontecer. Então, de verdade, cara, a minha dica é, se você acha que o assunto é tão raso assim, fica longe disso que você vai se machucar, você vai ter problema. (Muzy, @paulomuzy, 2024)

³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/EVDO57UQJdM> Acesso em 17 de abril de 2025.

³⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/shorts/Z_wKyfodgeA Acesso em 17 de abril de 2025.

A partir da resposta de Paulo é possível observar de que maneira ele entende o uso dessas substâncias hormonais, e a seriedade que ele dá ao assunto, não havendo a presença de desordem informacional na postagem. Dessa forma, ao contabilizar as publicações analisadas, a presença de desordem informacional se deu em apenas um dos oito conteúdos encontrados no período de recorte. O quadro a seguir apresenta a relação das publicações do influenciador e o tipo de desordem encontrada.

Quadro 6 - Tipos, conteúdo e desordem informacional das publicações de Paulo Muzy.

Publicações de Paulo Muzy				
Tipos de desordem informacional	Desinformação	Informação Falsa	Informação Maliciosa	Não houve a presença de desordem informacional
Quantidade	-	1	-	7
Rede Social/Formato	-	Shorts do YouTube	-	Shorts do Youtube e Reels do Instagram
Conteúdo	-	Generalização do uso de esteroides em homens	-	Críticas, avisos, dicas e conselhos sobre o uso de anabolizantes

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Como citado anteriormente, não foram encontradas publicações do influenciador Renato Cariani durante o recorte de coleta de dados da pesquisa. Entretanto, em períodos anteriores ao do recorte, houve publicações que fizeram menção ao uso de hormônios. Como no Shorts³⁷ publicado no YouTube em 8 de agosto de 2024, em que Cariani afirma estar reduzindo sua utilização das substâncias hormonais, e no vídeo³⁸ intitulado “O HORMÔNIO MAIS SEGURO? TUDO SOBRE O USO DA OXANDROLONA!” publicado também em seu canal do YouTube.

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/HBT4c9zjlul> Acesso em 17 de abril de 2025.

³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ok62hPJLjp8> Acesso em 17 de abril de 2025.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo almejou, por meio de uma análise de conteúdo de publicações em perfis de influenciadores fitness, observar e catalogar tipos de Desordem Informacional, definidos por Wardle e Derakhshan, presentes em postagens com tema relacionado ao uso de esteroides anabolizantes.

Os influenciadores foram escolhidos a partir do critério de número de seguidores, sendo eles respectivamente, Léo Stronda, Paulo Muzy e Renato Cariani. As publicações foram retiradas dos perfis de Instagram e YouTube Shorts, durante o período de recorte de 10 de setembro a 20 de outubro. Tal recorte se deu graças ao campeonato *Mr. Olympia*, que ocorreu na semana do dia 10 de outubro.

Ao todo foram analisadas 12 publicações, sendo 4 de Léo Stronda e 8 de Paulo Muzy. Como resultado, foi possível observar a presença dos três tipos de Desordem Informacional, em 4 das 12 publicações analisadas, nas quais 3 foram encontradas em publicações de Léo Stronda, e uma de Paulo Muzy. Ao todo, foram identificadas duas postagens que apresentavam Informação Falsa, uma que continha Desinformação e uma que apresentava Informação Maliciosa. Pode-se destacar também que, nas publicações em que não houve a presença de Desordem Informacional, a utilização de esteroides anabolizantes foi tratada com cautela, a fim de orientar e conscientizar sobre o uso das substâncias.

Os resultados apresentados fornecem evidências sobre uma possível tendência em publicações com formato humorístico, como observado nas postagens de Léo Stronda. Nas publicações, foi possível observar que a presença do humor contrastava com a seriedade do assunto, banalizando-o.

Outra tendência observada é que, por ser um especialista no assunto, Paulo Muzy teve um melhor resultado, apresentando apenas uma publicação com presença de desordem informacional. Tal comportamento pode ser atribuído à formação de Muzy, e de sua responsabilidade como profissional da área da Medicina Esportiva, visto que, em várias publicações, Paulo alerta sobre os riscos e colaterais da utilização dos hormônios.

Assim, este estudo contribui como forma de indagação à relação entre a expertise do influenciador digital e o conteúdo que ele apresenta. Isto é, observar se quanto mais especialista no assunto o influenciador é, menor será sua probabilidade de difundir informações que se enquadram como desordem informacional. Outra

contribuição é a reflexão sobre e o contraponto entre o conteúdo humorístico e a banalização de assuntos sérios.

Quanto às limitações da pesquisa, pode-se destacar a falta de amostragem no TikTok para todos os perfis, e a falta de publicações do influenciador Renato Cariani durante o período do recorte. Embora Cariani tenha publicações na temática em períodos anteriores e posteriores, durante os dias 10 de setembro e 20 de outubro não houve postagens que fizeram menção a utilização de esteróides. Embora o período de recorte tenha sido traçado estrategicamente visando as publicações no período do Mr.Olympia, o volume de postagens foi menor do que o esperado, dificultando a base amostral de análise.

Por fim, recomenda-se que futuras pesquisas tenham como base um período de recorte maior, para que haja maior amostragem. Ao longo da análise, foi possível observar que o humor foi figura presente na maior parte da desordem informacional presentes nas publicações. Nessa perspectiva, notou-se a necessidade de novas pesquisas que abordem a relação entre o humor e a desordem informacional, a fim de identificar maneiras de produzir conteúdo humorístico e verdadeiramente informativo.

REFERÊNCIAS

AIÚBA, Momade Saide. *Entre os arredores e o centro da cidade de Maputo: percepções e significados na indústria do fisiculturismo em Moçambique*. 2022.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BIOLCATI, Fernando Henrique de O. *Internet, fake news e responsabilidade civil das redes sociais*. São Paulo: Grupo Almedina, 2022. E-book. (Coleção Direito Civil Avançado). Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556276410/>. Acesso em: 11 mar. 2025.

BITTENCOURT, Nelson. *Musculação: uma abordagem metodológica*. Rio de Janeiro: Sprint, 1984.

COMSCORE. *Tendências digitais 2023*. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023>. Acesso em: 9 mar. 2025.

CONCEIÇÃO, Vagner Miranda da. Coreografia no fisiculturismo. In: *Ensino, pesquisa e extensão nos cursos de ciência e tecnologia do Brasil*. 1. ed. Diamantina: UFVJM, 2022.

DOYLE, Brandon. *TikTok algorithm: the definitive guide*. Wallaroo, 2020. Disponível em: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-algorithm/>. Acesso em: 13 abr. 2025.

FLECK, Steven J.; KRAEMER, William J. *Fundamentos do treinamento de força muscular*. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2017.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KLEINROCK, Leonard. An early history of the internet. *IEEE Communications Magazine*, v. 48, n. 8, p. 26-36, ago. 2010. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/5534584>. Acesso em: 11 mar. 2025.

MELLO JUNIOR, Marcos William de Barros e. Entre alfas e monstros: narrativas contemporâneas da masculinidade. In: SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira (org.). *Corpos, imaginários e afetos nas narrativas do eu*. Rio de Janeiro: E-papers, 2020.

MIRANDA, L. História e filosofia da musculação. *EFDeportes.com*, v. 19, n. 195, 2014. Disponível em: <https://www.efdeportes.com/efd195/historia-e-filosofia-da-musculacao.htm>. Acesso em: 20 fev. 2025.

SANTOS, Azenildo M. *O mundo anabólico: análise do uso de esteroides anabólicos nos esportes*. 3. ed. Barueri: Manole, 2018. E-book. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520455685>. Acesso em: 25 fev. 2025.

SCHWARZENEGGER, Arnold. *Enciclopédia de fisiculturismo e musculação*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536312088/>. Acesso em: 14 abr. 2025.

THOMPSON, Marco Aurélio da S.; THOMPSON, Gisele de A. *Como ser influenciador digital*. Rio de Janeiro: Érica, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536532585/>. Acesso em: 9 mar. 2025.

WARDLE, Claire; DERAESHAN, Hossein. *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 1, art. 11, 2007. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>. Acesso em: 9 mar. 2025.