

UMA ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DO *INSTAGRAM* E DO *TIKTOK* NO USO DE CREATINA E DE *WHEY PROTEIN* SEM ACOMPANHAMENTO PROFISSIONAL

Israel Campos¹

Giovana Silva de Fontes²

Kauan Renno Lima Dias³

Samuel Souza Magalhães⁴

Maria Eduarda de Jesus Andrade⁵

Livia Almeida Souza⁶

RESUMO

O uso da suplementação do *Whey Protein* e da Creatina proporcionou melhorias por auxiliar a conquista de uma melhor qualidade de vida e/ou melhor desempenho físico, quando aliado a uma alimentação regular. Apesar disso, a suplementação pode deixar de ser uma aliada quando usada de forma inadequada, principalmente em decorrência do excessivo apelo midiático, sobretudo pelo *Instagram* e *TikTok*, vinculado a uma lacuna de acompanhamento profissional. O objetivo do artigo é analisar como agem esses suplementos alimentares no organismo e quais são suas vantagens, mas, também, quais as desvantagens e as consequências no caso sobredito. Ademais, são analisadas as mídias sociais *Instagram* e *TikTok*, a fim de esclarecer como seu uso pode ser convertido em uma ferramenta de difusão dos suplementos alimentares e como isso pode impactar nos usuários dessas mídias. Por fim, são propostas algumas alternativas para a redução da problemática. Em relação ao método, foi realizada uma revisão de literatura narrativa acerca do tema. Para a coleta de dados, foi realizada uma análise de artigos e de perfis nas mídias sociais, além do estudo sobre as interações nesses perfis. Conclui-se como resultado que a influência das mídias sociais pode ser danosa, por gerar um consumo desregrado, mas, a suplementação alimentar tem um caráter positivo quando os indivíduos a realizam com o acompanhamento profissional. Por fim, estudos sobre as influências da mídia são necessários para analisar minuciosamente como o público que consome suplementos sem acompanhamento profissional é afetado diante do tema.

PALAVRAS-CHAVE

Suplementos Nutricionais. Mídias Sociais. Proteína do soro do leite. Creatina.

¹ Doutor em Educação pela UFBA, Pesquisador no Pós-Doutorado da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, e-mail: isracamposedh@gmail.com.

² Bacharelada em Medicina, Universidade Federal de Goiás, e-mail: giovanasilvasf@gmail.com.

³ Bacharelado Interdisciplinar em Saúde, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, e-mail: kauanrenno89@gmail.com.

⁴ Bacharelado Interdisciplinar em Saúde, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, e-mail: samuelsmaga@gmail.com

⁵ Bacharelada Interdisciplinar em Saúde, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, e-mail: mariaeduarda2024@aluno.ufrb.edu.br

⁶ Bacharelada Interdisciplinar em Saúde, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, e-mail: liviaalmeida.s@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

Os suplementos alimentares existem há bastante tempo e provocaram uma revolução na área da saúde, por proporcionarem uma melhoria das condições nutricionais de seus consumidores (Gabbay, Lobato; 2023), não sendo seu uso restrito aos praticantes de atividades físicas. Na atualidade, é crescente a preocupação com o corpo e isso alavancou bastante o uso de suplementos e a preocupação com atividades físicas, sobretudo entre os jovens. Assim, é possível destacar o *Whey Protein* e a Creatina como alguns dos suplementos mais utilizados (Neto e colaboradores, 2022).

Nesse contexto, tal expressivo aumento no uso desses dois suplementos, em específico, tem relação com a vivência em uma era hiperconectada. A internet mudou a maneira com a qual as pessoas buscam informações, sendo uma das grandes difusoras do consumo dos suplementos. Assim, o fácil acesso à informação atrelado ao marketing chamativo das plataformas, como o *TikTok* e o *Instagram*, tem levado muitas pessoas a adotarem o hábito de consumir recursos de suplementação sem seu devido cuidado e isso pode impactar negativamente a saúde e qualidade de vida dos usuários (Mota e colaboradores, 2019).

Diante disso, o objetivo do presente artigo é explorar as principais características dos suplementos, *Whey Protein* e Creatina, desde sua constituição até sua função no organismo. Também são observadas as influências das mídias sociais especificadas, com a realização de uma análise sobre como essa questão impacta os indivíduos que fazem a utilização dos suplementos sem acompanhamento profissional, as possíveis consequência dessa suplementação inadequada e alguns pontos para possíveis melhorias neste tópico.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A busca por informações foi realizada a partir da revisão de artigos presentes em instrumentos eletrônicos, sobretudo, em repositórios como o *Scielo*, *Pubmed*, *Google Scholar*, Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, Repositórios PUC e USP. Além de dados do site da Associação Brasileira de Empresas de Produtos Nutricionais (ABENUTRI), de reportagens veiculadas pela imprensa e da análise de perfis e de comentários em postagens do *TikTok* e do *Instagram*. Apesar disso, o presente artigo não objetiva fazer análise profunda de dados das mídias sociais, as imagens são utilizadas de forma ilustrativa e com

fins de exemplificação. Nesse caso, a metodologia utilizada foi uma revisão de literatura narrativa, com enfoque na qualificação.

O critério utilizado para seleção dos artigos foi a abordagem conceitual da suplementação e de suas funções, com enfoque no *Whey Protein* e na Creatina e a abordagem do viés midiático atrelado à rápida e desregulada difusão de informações. Outro critério utilizado foi a seleção de informações voltadas às mídias citadas anteriormente, o *TikTok* e o *Instagram*. Além disso, não foi problematizada a utilização dessa suplementação por atletas, mas, pela população comum.

3 Desenvolvimento

3.1 Descoberta, constituição, função e estudos sobre o *Whey Protein* e a Creatina

A creatina e o *Whey Protein*, são dois dos suplementos mais utilizados pela população brasileira, sobretudo por praticantes de musculação. Além disso, são alguns dos suplementos mais divulgados em mídias sociais por influenciadores e pode-se dizer que são funcionais para o organismo humano, quando seu uso é feito de forma correta (Pizo e colaboradores, 2023).

O *Whey Protein* é um suplemento que combina diferentes tipos de aminoácidos facilmente absorvíveis pelo organismo. Em relação à sua composição, a proteína do soro do leite é composta por: peptídeos do soro (unidades de constituição dos aminoácidos), são constituídos de beta-lactoglobulina, alfa-lactoalbumina, albumina do soro bovino, imunoglobulinas e glicomacropéptídeos, além de peptídeos secundários em menor quantidade. (Haraguchi e colaboradores, 2006).

A produção desse suplemento perpassa o processo de fabricação do queijo, mas, apesar do seu intenso uso hoje, antigamente, era tido como um subproduto inutilizado, pois, acreditava-se no seu efeito maléfico à saúde devido à alta concentração de gorduras, colesterol e carboidratos. Foi a partir da década de 70 que foram iniciados os estudos sobre as propriedades dessas proteínas, descritas pelo Dr. Paavo Airola, em 1971, como importantes para o tratamento de problemas gastrointestinais (Haraguchi e colaboradores, 2006).

Hoje, sabe-se do alto valor biológico das proteínas do soro do leite e, a partir dos estudos sobre essas proteínas, a tecnologia emergiu e atuou como aliada na produção de um suplemento cada vez mais puro e mais concentrado, livre das sobreditas substâncias que poderiam vir a prejudicar o organismo quando ingeridas de forma secundária e, portanto, são várias as vantagens em relação ao consumo dessa suplementação. Nesse sentido, o uso do suplemento proteico implicaria a redução dos riscos de lesão muscular, o aumento do desempenho físico, a melhora na recuperação tecidual pós-exercício e o aumento da força e da massa magra corporal (Silva e colaboradores, 2022).

Em princípio, em relação à Creatina, estudos foram realizados em 1832, quando essa substância foi primeiramente identificada como um “novo constituinte orgânico” da carne pelo cientista Michael Chevreu. Os estudos de Chevreu continuaram no ano de 1847, quando Justus Liebig confirmou a presença desse componente na carne e, ainda, identificou que a carne de raposas selvagens que caçavam continha mais creatina que as raposas de cativeiro. Nesse mesmo período, outros pesquisadores, Heitz e Pettenkoffer descobriram na urina a creatinina, que é um subproduto da creatina. Posteriormente, no século XX, as pesquisas sobre a creatina foram crescendo, principalmente as constatações sobre os estudos já existentes, de acordo com as análises, observou-se que uma parte da creatina ficava armazenada no organismo. Assim, novos estudos foram realizados e foi descoberto o potencial ergogênico dessa substância e, atualmente, sabe-se que a creatina é uma substância produzida pelo próprio organismo, mas, que também pode ser ingerida por alimentos, principalmente a partir do consumo de carnes, ou por suplementos (Mendes, Tirapegui, 2002).

Esse produto, quimicamente conhecido por ácido acético α -metil guanidina, é uma amina sintetizada pelo próprio organismo humano a partir da produção de glicina e arginina nos rins e posteriormente da adição de um grupo metil de metionina no fígado e sua ação ocorre a partir da conversão na célula em fosfocreatina. Isso auxilia no aumento de energia da célula, pois, a molécula de energia, adenosina trifosfato (ATP), perde um fosfato durante a contração muscular, e o fosfato novo é prontamente cedido pela fosfocreatina. Segundo estudos, essa restauração mais rápida da molécula de ATP permite ao indivíduo uma melhora relevante de resistência física (Brito, 2020).

Devido a isso, fica claro o motivo pelo qual a creatina é considerada um suplemento tão almejado pelos praticantes de atividades físicas. Mas, além do ganho de resistência e, conseqüentemente, do aumento da performance na atividade física, a creatina também atua auxiliando na construção dos músculos por mecanismos de ativação ou inibição de algumas células e genes reguladores da síntese de proteínas e na formação muscular, além, da maior concentração de glicogênio muscular, que também propicia aumento do rendimento físico, levando à hipertrofia (Brito, 2020).

3.2 Mídias Sociais: sobre o *Tik Tok* e o *Instagram*

As mídias sociais são extremamente influentes no mundo contemporâneo, tendo em vista a rapidez com que as informações são divulgadas e o alcance que elas podem atingir. Os princípios dessas mídias são a integração e a interação entre indivíduos (Pompei e colaboradores, 2021).

O *TikTok*, que é uma dessas mídias, se configura como uma plataforma de vídeos curtos, que se popularizou globalmente no início de 2020. Grande parte do motivo do seu sucesso pode ser atribuído pela facilidade de usar, de se conectar com amigos, e também pela vasta opção de filtros e efeitos. A forma como o algoritmo funciona também chama a atenção, por selecionar, em pouco tempo, os conteúdos que o usuário gosta de consumir e, assim, recomendar, massivamente novos conteúdos. Isso garante a permanência dos indivíduos no aplicativo, o que é tão bem calculado e analisado que, em alguns casos, pode causar um comportamento vicioso (Montag e colaboradores, 2021).

A influência da população pelo aplicativo se estabeleceu tão rápido quanto o crescimento exponencial do mesmo. O surgimento de personalidades como *Charli D'Amelio*, que somavam rapidamente 1 milhão de visualizações em minutos de um vídeo postado, era recorrente. Assim, o *TikTok* se tornou um disseminador de informações, muitas vezes falsas, porém com grandes projeções (Sheak, Abdulrazak, 2023).

Semelhante ao *TikTok* em diversos aspectos, principalmente na forma em que influencia a vida das pessoas, o *Instagram* é uma rede social, criada em 2010, que se consolidou pela presença de uma conexão popular e fácil identificação com famosos. Com o passar do tempo sofreu diversas alterações em seu formato de funcionamento e algoritmo, criando assim, formas de postagens diversas como o *Story* e *Reels*. O *Instagram* é

responsável pelo crescimento de influenciadores e de criadores de conteúdo para a internet, principalmente no nicho conhecido como *lifestyle*, que sustenta o ideal de uma vida perfeita (Devos e Colaboradores, 2022).

Neste contexto, muitos dos usuários espelham suas realidades à dos influenciadores, e buscam atingir em suas vidas o que vêem nas mídias. Principalmente no que se refere à busca por corpos esculturais, como os mostrados na Internet (Kleemans, 2016).

3.3 O Impacto do Tik Tok e do Instagram no uso da suplementação alimentar sem acompanhamento profissional

A demanda por suplementos alimentares vem crescendo a cada ano, assim como a tecnologia vem avançando e, assim, as publicidades e compras têm se multiplicado na internet. As empresas também têm inserido-se nas mídias sociais e isso implica a necessidade constante de reinvenção, por estarem em um contexto de intensa celeridade e de efemeridade. Nesse âmbito, os anúncios, as publicidades feitas por influenciadores e as postagens têm um papel fundamental para a visibilidade de uma empresa. A estratégia das marcas, portanto, tem sido fazer com que o *marketing digital* alcance uma quantidade maior de pessoas através das mídias sociais, que incentivam o consumidor a adquirir coisas novas. Dessa forma, tem-se o aumento da rotatividade de produtos e do consumismo (Li e colaboradores, 2023).

Os corpos musculosos, magros e padronizados, tidos como os “corpos perfeitos”, que são constantemente divulgados, estão também o tempo todo em destaque, trazendo consigo uma ideia de boa forma e saúde. Para Silva e Diniz (2020) há no indivíduo um forte desejo de ser aceito e aprovado pelos demais e, por isso, é importante que sua imagem seja vista de forma positiva. Assim, as realidades impecáveis das mídias sociais rapidamente convertem-se em uma pressão pela necessidade de ser como aquilo que se vê. Isto é, em relação à estética, as mídias sociais incentivam as pessoas a buscarem melhorias em seus corpos, ultrapassando o que seria considerado saudável, com a ideia de que a perfeição existe e de que é possível alcançá-la fazendo o uso de determinados produtos.

Nesta senda, os indivíduos são influenciados a utilizarem o que os influenciadores usam, sem buscar um profissional qualificado para orientação, já que o influenciador é visto como orientador e não há um critério muito definido, por parte dos usuários, para a análise da procedência das informações (Faelens *et al.*, 2021).

A problemática é que, por trás de cada influenciador, há muitas coisas que vão além da preocupação com o bem-estar de seus seguidores, isto é, existem marcas os patrocinando e seu objetivo é, em grande parte dos casos, obter as vantagens advindas desses patrocínios. Como já citado anteriormente, esse patrocínio é a forma que essas

marcas encontram de inserirem-se no mercado e é também parcela constituinte da renda dos influenciadores, que são pessoas que trabalham com a internet, mas, o problema reside na falta de cuidado com que isso é feito, já que os anúncios e publicidades excessivas e sem uma regra mais criteriosa podem causar impactos negativos (Silva; Diniz, 2020).

Alguns exemplos dessas influências são:

Figura 1 - Story de Eduardo Godinho divulgando creatina.



Fonte:

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQyNjc4NjQ5NDIwNTMz?story_media_id=3042690662170125898_2160645770&igsh=MW80eXl4cGNIzNkFkOA== Acesso em: 08 dez. 2024.

Figura 2 - Publicidade de *Whey Protein* em vídeo de rotina de Isadora Abrahão.



Fonte: https://www.instagram.com/reel/DCE4Xt_uLi-/?igsh=cTYwajNudDlyOTNp.

Acesso em: 08 dez. 2024.

Figura 3 - Publicidade de Creatina em perfil de marca de suplementos Dark Lab.



Fonte: <https://vm.tiktok.com/ZMk84bN8A/>. Acesso em: 08 dez. 2024.

Esses são alguns dos inúmeros Influenciadores com milhares de seguidores em ambas as mídias sociais. Todos eles, de alguma forma, influenciam as pessoas que os acompanham e todos eles são patrocinados por marcas de suplementos alimentares.

Há, nesses casos, o compartilhamento de *stories* e de *reels*, no *Instagram*, ou de vídeos curtos, no caso do *TikTok*, contendo receitas rápidas, lanches prontos, alimentação e seu dia a dia fazendo uso de suplementos, por exemplo. Isso tudo prende a atenção dos usuários destas mídias e esses usuários, por sua vez, acreditam fielmente nos hábitos divulgados e tentam colocá-los em prática, na busca por resultados semelhantes (Gonçalves, 2023).

Outro ponto importante é que, muitas vezes, os indivíduos que acompanham esses perfis têm muitas dúvidas sobre o uso dos produtos divulgados e buscam saná-las por meio dos comentários, recebendo, geralmente, resposta de pessoas não instruídas, bem como ocorre nos exemplos a seguir:

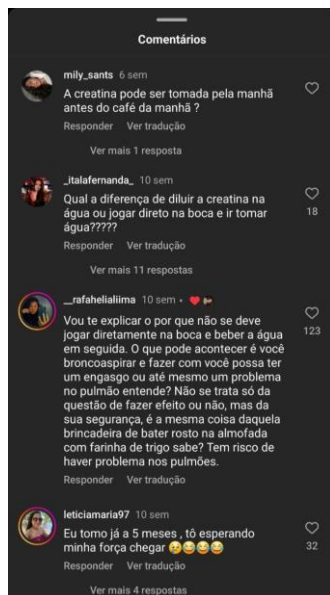


Figura 4 - Comentários em postagem do *Instagram* de Isadora Abrahão.

Fonte: <https://www.instagram.com/reel/DBcV0NCysGc/?igsh=MXdzZWVscWQ2bGJidg==>.

Acesso em: 08 dez. 2024.

Figura 5 - Comentários em postagem no *instagram* de Isadora Abrahão.



Fonte: <https://www.instagram.com/reel/DBcV0NCysGc/?igsh=MXdzZWVscWQ2bGJidg==>. Acesso em: 08 dez. 2024.

O problema reside no fato que muitos dos influenciadores digitais não possuem conhecimento adequado dos produtos que frequentemente divulgam em suas mídias, visto que, como já foi citado, eles são patrocinados por marcas específicas e, assim, almejam o lucro que recebem ao divulgarem os produtos. Nesse caso, não há uma preocupação efetiva com os riscos que suas influências têm sobre a população e sobre os hábitos de consumo dela. Além de que as pessoas que as acompanham acreditam muitas vezes em informações irreais que são moldadas por uma seleção irreal de informações sobre a vida e os hábitos de pessoas públicas. Assim, a maioria dos indivíduos, sem indicação profissional, segue

replicando e acreditando naquilo que os influenciadores, diversas vezes, compartilham sem responsabilidade.

Ao entender a forma como a influência digital ocorre nos dias atuais, é necessário entender também o grupo social afetado por esta problemática. Observando os comentários de publicações, é possível notar que o público predominante é feminino e faz parte da chamada "Geração Z", que se configura da idade de 14 anos a aproximadamente 30 anos (Gonçalves, 2023).

Sobre isso, também é possível apontar, segundo observações das divulgações de produtos, que artigos são anunciados acompanhados de cupons de desconto, como uma forma de atingir um público de um poder aquisitivo mais baixo, próximo da classe média à classe baixa, público que costuma optar por descontos devido ao baixo orçamento disponível (Yuan *et al.*, 2021).

Tendo em vista qual o público alvo afetado, é compreensível a busca por produtos com preços mais baratos. Assim, a fim de conseguirem ter o corpo parecido com aquele que podem ver constantemente em seus *feeds* inicia-se praticamente uma “trend” de suplementação, semelhante à uma simulação coletiva:

As propagandas veiculadas na mídia virtual, através da possibilidade de simulação do real, ganham um potencial de realidade e de proximidade de cada indivíduo que são verdadeiramente irresistíveis. O apelo da mídia virtual é ainda maior porque produz uma ficção de liberdade e exclusividade (Moreira, 2010).

Os indivíduos buscam por alternativas para se inserirem, visto que, a realidade virtual dá ao internauta a sensação de que a realidade física é um fardo, estes indivíduos influenciados pelos rígidos padrões de beleza estéticas, agora são influenciados também a comprar suplementos mais baratos e a utilizar suplementos sem indicação, por acreditarem nas recomendações dos influenciadores digitais. As consequências destas ações são diversas (Le Breton, 2003).

4 Consequências da expressiva influência das mídias no consumo inadequado do *Whey Protein* e da Creatina

A primeira das consequências a ser abordada é o efeito inadequado para o organismo, visto que, não há acompanhamento profissional na maioria desses casos, o que é indispensável para a prescrição de suplementos alimentares, já que a suplementação precisa ser prevista conforme a necessidade de cada indivíduo (Prado, Cezar, 2019).

Outrossim, o uso desordenado de suplementos pode sobrecarregar o fígado; causar danos cardiovasculares; causar problemas nos rins, como sobrecarga hepática e

cálculos; causar danos ao sistema nervoso e dores nas articulações. Isso porque a falta de informação em relação às substâncias contidas no *Whey Protein* e na Cretina, por exemplo, pode causar diversos problemas à saúde devido ao consumo não controlado. Outro caso é a suscetibilidade dos usuários a riscos de contaminação ou até a ingestão de substâncias com pouco ou nenhum princípio ativo (Macedo, Ferreira, 2021).

No sentido de ingestão de substâncias com pouco ou nenhum princípio ativo, também pode ocorrer o chamado, pela Associação Brasileira de Empresas de Produtos Nutricionais (ABENUTRI), "*Amino Spiking*",⁷ que é ocasionado pelo consumo de *Whey Protein* adulterado.

Desta maneira, a consequência do consumo de um produto em que há a predominância do *Amino Spiking* é, na maioria das vezes, falha ao seguir a dieta escolhida por aquele indivíduo. Este problema se agrava em dietas focadas no baixo consumo de carboidratos, as chamadas "*Low Carbs*", por aminoácidos de baixo custo adicionados alterarem o composto de carboidrato daquela tabela nutricional. Neste cenário, a ingestão de carboidratos seria excedente ao esperado, o que impacta o resultado esperado, visto que em uma dieta *Low Carb* é indicada normalmente a ingestão de 30 a 130 g de carboidrato por dia (Vargas e colaboradores, 2018).

Uma situação semelhante ao *Amino Spiking* também acontece com a creatina. Para também baratear os custos de produção e obter maior lucro, fabricantes de algumas marcas adicionam qualquer tipo de farinha para substituir a substância da creatina. É possível encontrar diversos relatos de internautas que descobriram terem comprado o produto acreditando ser uma creatina pura, mas ao testar, constataram ser amido de milho. A consequência para este acontecimento não é grave para a saúde a depender do organismo, mas isso ainda assim se configura como uma propaganda enganosa.

⁷ "O *Amino Spiking* é um processo que consiste em fraudar (manipular) a fórmula de um produto à base de proteína, acrescentando aminoácidos de baixo custo para aumentar o valor nitrogenado total. Aminoácidos além de constituírem uma proteína, podem ser extraídos isoladamente de outras proteínas e outras matérias primas, sendo acrescentadas no *Whey Protein* e aumentando a quantidade total de proteína no produto." Informações fornecidas no site da ABENUTRI. Grifo nosso. Disponível em: <https://www.abenutri.org/resultados-de-analises-de-proteinas-no-mercado-de-suplementos-amino-spiking/>. Acesso em 4 dez. 2024.

Novamente, o consumidor ser lesado na sua compra é um dos grandes problemas acarretados pelo uso da suplementação sem acompanhamento profissional, pois, ao ser influenciado a comprar o *Whey Protein* ou a Creatina, ele busca por preços mais acessíveis e encontra ofertas.

5 Discussões

Claramente, a suplementação tem pontos positivos e se mostrou extremamente necessária ao longo dos anos, por constituir um auxílio na aquisição de nutrientes aos indivíduos que realmente os necessitam. Além disso, as mídias sociais também têm um importante papel na sociabilidade e na difusão de conhecimento, principalmente sobre o tema da alimentação e de hábitos mais saudáveis. No entanto, tanto a Creatina quanto o *Whey Protein*, quando utilizadas de forma desregulada, por influência das mídias, sem acompanhamento profissional e sem a devida cautela, podem acarretar danos ao consumidor.

Nesse caso, as recomendações por estrelas avaliadas por outros usuários em relação ao produto referente são uma das soluções viáveis para reduzir a problemática, mas não são suficientes para a proteção do consumidor. Portanto, para aumentar a eficácia na segurança das compras, então, caberia aos *e-commerces* uma fiscalização mais abrangente quanto ao que está sendo vendido e o aviso ao consumidor sobre a necessidade do acompanhamento profissional.

O *TikTok* e *Instagram* poderiam também, ao detectarem um conteúdo sobre suplementos alimentares, por meio da inteligência artificial de seus algoritmos, adicionar a sugestão de busca por um acompanhamento profissional antes do uso. Nesse caso, pode ser realizado um procedimento semelhante ao do período da pandemia, em que as publicações, tanto no *Instagram* quanto no *TikTok* recebiam um rótulo de conteúdo alertando seu pertencimento às informações sobre a *Covid-19*, auxiliando um maior controle do que era divulgado sobre o tema.

Outra medida de crucial importância, seria uma educação nutricional mais qualificada, sendo extremamente necessárias medidas de conscientização educacional sobre alimentação e estilo de vida saudável ao público em geral, especialmente nas mídias sociais. Assim, é necessário efetivamente alertar a população mais afetada sobre a problemática

acerca da alimentação saudável e equilibrada e o devido uso dos suplementos e sua necessidade ou dispensabilidade (Macedo e Ferreira, 2021).

Além de tudo isso, é fundamental o estímulo à busca por profissionais capacitados para indicar de fato as necessidades de suplementação e de atividades físicas, de acordo com o organismo em questão.

Essas medidas, poderiam ajudar a minimizar a problemática divulgação desmedida e a compra desnecessária, que se atrelam a um consumo quase inconsciente.

6 Considerações Finais

As influências midiáticas para o consumo e para compra de suplementos alimentares possuem inúmeros aspectos negativos quando analisa-se o excessivo apelo da mídia sobre o *marketing* desses produtos, além da postura por parte de muitos influenciadores ao compartilharem informações de forma irresponsável e publicarem produtos, que eles só usam, quando estão realizando acompanhamento profissional, em doses extremamente reguladas.

Apesar disso, as vantagens das influências podem se perpetuar a partir da ideia de informação funcional, gerada quando uma pessoa começa a consumir conteúdo a partir de influenciadores pela plataforma do *Instagram* e/ou *TikTok* e encontra informações importantes para sua conscientização, além da possibilidade de despertar um interesse sobre o consumo e a finalidade desses itens, permitindo a abertura à possibilidade de aprofundamento em conceitos e em definições.

O incentivo à rotina saudável e ao consumo de suplementação de maneira adequada fazem parte dos pressupostos necessários para a garantia de uma melhor funcionalidade e de efeitos mais positivos. O que, se realizado corretamente, é o necessário e esperado, já que as suplementações precisam ser individuais e orientadas por um acompanhamento especializado (Gabbay, Lobato, 2023).

Por fim, para que esses aspectos positivos possam ser aproveitados de fato, é fundamental o estudo acerca de melhorias na forma de divulgação e do maior controle por parte das mídias e dos influenciadores das publicidades sem bases na realidade. Dessarte, conclui-se que os estudos sobre a divulgação da suplementação devem contribuir para uma

busca por conhecimento, de forma segura e saudável e, assim, orientar uma evolução da saúde física e mental.

REFERÊNCIAS

ALVES, C.; LIMA, R. Uso de suplementos alimentares por adolescentes. **Jornal de Pediatria**, Rio de Janeiro, v. 85, n. 4, p. 287-294, Ago. 2009. | ISSN: 0021-7557 | DOI: 10.1590/S0021-75572009000400004. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0021-75572009000400004>. Acesso em: 05 Dez 2024.

BRITO, G. **Os efeitos da suplementação de creatina no organismo**. 2020. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Biomedicina) - Universidade Católica de Goiás – PUC Goiás, Goiânia. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/340/1/TCC%20Gustavo%20vers%C3%A3o%20final.pdf>. Acesso em: 02 dez 2024

DEVOS, S.; EGGERMONT, S; VANDENBOSCH, L. Instagram Influencers as Superwomen: Influencers' Lifestyle Presentations Observed Through Framing Analysis. **Media and Communication**, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 173-184, 2022. | DOI 10.17645/mc.v10i1.4717. Disponível em: <https://doi.org/10.17645/mc.v10i1.4717>. Acesso em: 09 dez 2024.

DINIZ, F. **Creatina como suplemento alimentar: parâmetros fisiológicos e regulatórios do seu consumo**. 26 nov 2019.Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Farmácia-Bioquímica) - Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/directbitstream/36c7149c-0539-4a79-a32b-02456b656cb2/3051007.pdf>. Acesso em: 02 Dez 2024.

FAELEN, L.; HOORELBEKE, K.; CAMBIER, R.; PUT, J.; PUTTE, E.; RAEDT, R.;KOSTER, E. The relationship between instagram use and indicators of mental health: A systematic review. **Computers in Human Behavior Reports**, [S.l.] v. 4, p.100-121, Ago. 2021. | DOI: 10.1016/j.chbr.2021.100121. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121> . Acesso em: 08 Dez 2024.

FREITAS,F.; OLIVEIRA, A. O uso de vídeos curtos para ensinar tópicos de semicondutores. **Sociedade Brasileira de Física**, São Paulo, v. 37. n. 3. p. 3502-1 -3502-7, Set 2015. | doi.org/10.1590/S1806-11173731819 | Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1806-11173731819>. Acesso em: 08 dez 2024.

GABBAY, R.; LOBATO, T. Potenciais riscos à saúde associados ao consumo de suplementos alimentares e a importância do Nutricionista na orientação nutricional. **Revista eletrônica acervo saúde**, Belém, v. 23, n. 8, p. 1-8, Ago. 2023. | DOI:10.25248/reas.e13708.2023. Disponível em: <https://doi.org/10.25248/reas.e13708.2023>. Acesso em: 08 Dez 2024.

GONÇALVES, E. **Geração Z e TikTok: A comunicação entre marcas e público a partir dos influenciadores digitais**. 2023. Monografia (bacharelado em Jornalismo) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023. Acesso em: 09 dez 2024.

HARAGUCHI, F.; ABREU, W.; PAULA, H. Proteínas do soro do leite: composição, propriedades nutricionais, aplicações no esporte e benefícios para a saúde humana. **Revista de nutrição**, Campinas, v. 17, n. 3, p. 479-488, Ago. 2006. | DOI: 10.1590/S1415-52732006000400007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-52732006000400007>. Acesso em: 02 Dez 2024.

KLEEMANS, M.; DAALMANS, S.; CARBAAT, I.; ANSCHÚTZ, D. Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. **Media Psychology**, [S.l.], v. 21, n. 1, p. 93-110, Dez. 2016. | doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392 | Disponível em: <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>. Acesso em: 08 dez 2024.

LE BRETON, D. Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade. 3. ed. Campinas, Papirus Editora, 2003. 24 p. Acesso em: 06 Dez 2024.

Li, S.; Shi, Y.; Wang, L.; Xia, E. A Bibliometric Analysis of Brand Orientation Strategy in Digital Marketing: Determinants, Research Perspectives and Evolutions. **Sustainability**, 15 (2), 1486. 2023. | DOI: 10.3390/su15021486. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su15021486>. 08 dez. 2024.

pMACEDO, M.; FERREIRA, J. Os riscos para a saúde associados ao consumo de suplemento alimentar sem orientação nutricional. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 3, 2021. | DOI: 10.33448/rsd-v10i3.13593. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i3.13593>. Acesso em: 02 Dez 2024

MENDES, R.; TIRAPEGUI, J. Creatina: o suplemento nutricional para a atividade física—Conceitos atuais. **Archivos Latinoamericanos de Nutrición**, São Paulo, v. 52, n. 2, p. 117-127, Jun. 2002. | ISSN 0004-0622. Disponível em: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-06222002000200001. Acesso em: 02 Dez 2024.

MONTAG, C.; YANG, H.; ELHAI, J. On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. **Frontiers in public health**, [S.l.]: v. 9. n. 1. p. 641-673. Mar 2021 | DOI: 10.3389/fpubh.2021.641673. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673> Acesso em: 06 Dez 2024.

MOTA, J.; ALMEIDA, L.; NEVES, V.; SILVA, E.; OLIVEIRA, D. Análise de conteúdos de posts sobre alimentação divulgados por influenciadoras digitais na **rede social Instagram**. DEMETRA: Alimentação, nutrição e saúde, Rio de Janeiro, v.14, p. 1-18, Out. 2019 | DOI: 10.12957/demetra.2019.39076. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/demetra.2019.39076>. Acesso em: 08 Dez 2024.

MOREIRA, J. Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade. **Psicol. Am. Lat.** Belo Horizonte | ISSN:1870-350X. n. 20, p. 6, 2010. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2010000200009. Acessos em: 04 dez. 2024.

NETO, L. et. al. Aspectos nutricionais e fisiológicos relacionados à suplementação alimentar: uma revisão de literatura. **Research, Society and Development**, [S.l.], v. 11, n. 16, 2022.

| ISSN 2525-3409 | DOI: 10.33448/rsd-v11i16.37729. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i16.37729>. Acesso em: 08 dez 2024.

POMPEI, T.; GOUVEIA, L.; RAMOS, P. N. Redes Sociais: influência, identidade e diferença na contemporaneidade. **Em Sociedade**, [S.l.], v. 3, n. 2, 2021. | DOI: 10.5752/P.2595-7716.2021v3n2p93-111. Disponível em: <https://doi.org/10.5752/P.2595-7716.2021v3n2p93-111>. Acesso em: 09 dez 2024.

PIZO, G.; AUD, L.; COSTA, T.; MELO, A. Utilização dos suplementos nutricionais: creatina, concentrado proteico(whey protein) e aminoácidos de cadeia ramificada (BCAAs) por indivíduos praticantes de musculação. **RBNE-Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. São Paulo. | ISSN 1981-9927. v. 17. n. 103. p.186-197. Março/Abril. 2023. Disponível em: <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/2117>. Acesso em: 06 Dez 2024.

POMPEI, T.; GOUVEIA, L.; RAMOS, P. Redes Sociais: influência, identidade e diferença na contemporaneidade. **Em Sociedade**, [S.l.], v. 3, n. 2, 2021. | DOI: 10.5752/P.2595-7716.2021v3n2p93-111. Disponível em: <https://doi.org/10.5752/P.2595-7716.2021v3n2p93-111>. Acesso em: 09 dez 2024

PRADO, D.; CEZAR, T. Consumo de suplementos alimentares e o nível de conhecimento desses produtos por praticantes de musculação em

academias na cidade de Cascavel-PR. **PR. FAG Journal Of Health**, [S.l.] v. 1, n. 1, p. 203-211, Abr. 2019. | DOI: 10.35984/fjh.v1i1.20. Disponível em: <https://fjh.fag.edu.br/index.php/fjh/article/view/20> Acesso em: 08 Dez 2024

RESENDE, G.; MOLINARI, M.; SILVA, A. Efeitos adversos do uso inadequado de suplementos alimentares por praticantes de exercício físico. **Revista saúde multidisciplinar**. [Mineiros]. ISSN 2318 – 3780. V.3. n.1,p.100-116. Ago 2015. Disponível em: <http://revistas.famp.edu.br/revistasaudemultidisciplinar/article/view/30>. Acesso em: 15 nov 2024.

SANTOS, M.; SOUSA, S.; SOUSA, J.; PACHÚ, C. A influência das redes sociais na saúde dos usuários: uma revisão narrativa. **RECIMA21- Revista multidisciplinar**, Campina Grande, v.3, n.7, Jul. 2022 | ISSN 2675-6218 | DOI: <https://doi.org/10.47820/recima21.v3i7.1678>. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/1678>. Acesso em: 15 nov 2024

SACHS, Anita. Suplementos alimentares. **Jornal SBC**, 1993. Mai/Jun. 2009. Acesso em: 09 dez 2024.

SHEAK, E.; ABDULRAZAK, S. The Influence of Social Media Marketing Activities on TikTok in Raising Brand Awareness. **Market-Tržište**, [S.l.], v. 35, n.1, 2023. | DOI: doi.org/10.22598/mt/2023.35.1.93. Disponível em: <https://doi.org/10.22598/mt/2023.35.1.93>. Acesso em: 09 dez 2024.

SILVA, P.; SILVA V.; VASCONCELOS, T. Consequências da suplementação alimentar com whey protein para praticantes de exercícios físicos: uma revisão integrativa. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 8, 2022 | ISSN 2525-3409 | DOI: 10.33448/rsd-v11i8.30933. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i8.30933>. Acesso em: 08/12/2024.

SILVA, R; PEREIRA, É; GONÇALVES, I; PEREIRA, S; EDUARDO, A; FREITAS, R. Conhecimento de acadêmicos de nutrição sobre alimentação saudável e nutrição esportiva. **RBNE-Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. São Paulo, v. 13, n. 78, p.227-235, Mar./Abr. 2019. | ISSN 1981-9927. Disponível em: <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/1346>. Acesso em: 19 nov 2024.

SILVA,P; DINIZ, J. Influência das redes sociais on-line no comportamento alimentar de praticantes de atividade física. **Faculdade Ciências da Vida**, Sete lagoas, p. 1-20, 2020. Disponível em: https://www.faculdadecienciasdavid.com.br/sig/www/opened/ensinoBibliotecaVirtual/000187_624c6192da46b_048561_5febb46e35474_TCC2_Pablo_Filipe_Marques_Silva_NUTRICA0_PDF_1.pdf. Acesso em: 24 nov 2024.

VARGAS, A.; PESSOA, L.; ROSA,R. Jejum intermitente e dieta Low Carb na composição corporal e no comportamento alimentar de mulheres praticantes de atividade física. **RBNE-Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, São Paulo, v.12, n. 72, p 483-490, Ago. 2018. | ISSN 1981-9927. Disponível em: <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/1067>. Acesso em: 03 Dez 2024.

VASCONCELOS, Q.; BACHUR, T.; ARAGÃO, G. Whey protein supplementation and its potentially adverse effects on health: a systematic review. **Appl Physiol Nutr Metab**. [S.l.], v. 46, n. 1, p. 27-33, Jan. 2021 | DOI : 10.1139/apnm-2020-0370. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32702243/> Acesso em: 02 Dez 2024.

XAVIER, M.; CASTRO, H.; SOUZA, L.; OLIVEIRA, Y.; TAFURI, N.; AMÂNCIO, N. Automedicação e o risco à saúde: uma revisão de literatura. **Brazilian journal of health review**. [S.l.], v. 4, n. 1, p. 225-240, Jan. 2021. | DOI: 10.34119/bjhrv4n1-020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/22665>. Acesso em: 8 Dez 2024.

YUAN, Q.; LI, J.; JIANG,Y.; LIU, C. When do amount-off discounts result in more positive consumer responses? Meta-analytic evidence. **Psychology Marketing**, [S.l.], v. 39, n. 1, p. 46-58, Ago. 2021. | DOI: 10.1002/mar.21572. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/mar.21572>. Acesso em: 08 Dez 2024.

ZAMBÃO, J.; ROCCO, C.; HEYDE, M. Relação entre a suplementação de proteína do soro do leite e hipertrofia muscular: uma revisão. **RBNE-Revista brasileira de nutrição**, São Paulo, v. 9, n. 50, p. 179-192, Abr. 2015. | ISSN 1981-9927. Disponível em: <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/517/464> Acesso em: 02 dez 2024.

Lista de imagens:

Figura 1 - Story de Eduardo Godinho divulgando creatina. Fonte:

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQyNjc4NjQ5NDIwNTMz?story_media_id=3042690662170125898_2160645770&igsh=MW80eXl4cGNIznFkOA==. Acesso em: 08 dez. 2024. Figura 2 - Publicidade de *Whey Protein* em vídeo de rotina de Isadora Abrahão.

Fonte: https://www.instagram.com/reel/DCE4Xt_uLi-/?igsh=cTYwajNudDIyOTNp.

Acesso em: 08 dez. 2024.

Figura 3 - Publicidade de Creatina em perfil de marca de suplementos Dark Lab.

Fonte: <https://vm.tiktok.com/ZMk84bN8A/>.

Acesso em: 08 dez. 2024.

Figura 4 - Comentários em postagem do *Instagram* de Isadora Abrahão. Fonte:

<https://www.instagram.com/reel/DBcV0NCysGc/?igsh=MXdzZWVscWQ2bGJidg==>. Acesso em: 08 dez. 2024.

Figura 5 - Comentários em postagem no *instagram* de Isadora Abrahão.

Fonte: <https://www.instagram.com/reel/DBcV0NCysGc/?igsh=MXdzZWVscWQ2bGJidg==>. Acesso em: 08 dez. 2024.

AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INSTAGRAM AND TIKTOK ON THE USE OF CREATINE AND WHEY PROTEIN WITHOUT PROFESSIONAL SUPPORT

ABSTRACT

The use of Whey Protein and Creatine supplementation has brought improvements by helping to achieve a better quality of life or better physical performance, when combined with a regular diet. Despite this, supplementation can cease to be an ally when used inappropriately, mainly due to excessive media appeal, especially through Instagram and TikTok, linked to a lack of professional monitoring. The aim of the article is to analyze how these food supplements act on the body and what their advantages are, but also what the disadvantages and consequences are in this case. In addition, the social media Instagram and TikTok are analyzed in order to clarify how their use can be converted into a tool for disseminating dietary supplements and how this can impact on users of these networks. Finally, some alternatives are proposed to reduce the problem. In terms of method, a narrative literature review was carried out on the subject. Data collection included an analysis of articles and social media profiles, as well as a study of interactions on these profiles. The results show that the influence of social media can be harmful, as it leads to unregulated consumption, but that dietary supplementation is positive when individuals take it with professional supervision. Finally, studies on media influences are needed to analyze in detail how the public who consume supplements without professional supervision are affected by the issue.

Keywords: Dietary supplements. Social media. Whey Protein. Creatine.

UN ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE INSTAGRAM Y TIKTOK EN EL USO DE CREATINA Y WHEY PROTEIN SIN APOYO PROFESIONAL

RESUMEN

El uso de suplementación con Proteína de Suero y Creatina proporcionó mejoras ayudando a lograr una mejor calidad de vida y/o un mejor rendimiento físico, cuando se combina con una dieta regular. A pesar de esto, es posible que la suplementación ya no sea un aliado cuando se usa de manera inapropiada, principalmente debido al excesivo atractivo mediático, especialmente en Instagram y TikTok, vinculado a una falta de apoyo profesional. El objetivo del artículo es analizar cómo actúan estos complementos dietéticos sobre el organismo y cuáles son sus ventajas, pero también cuáles son los inconvenientes y consecuencias en el caso mencionado. Además, se analizan las plataformas de redes sociales Instagram y TikTok para aclarar cómo su uso puede convertirse en una herramienta de difusión de complementos dietéticos y cómo esto puede impactar en los usuarios de estos medios. Finalmente, se proponen algunas alternativas para reducir el problema. En cuanto al método, se realizó una revisión de la literatura narrativa sobre el tema. Para la recogida de datos se realizó un análisis de artículos y perfiles en redes sociales, además del estudio de las interacciones en dichos perfiles. Se concluye como resultado que la influencia de las redes sociales puede ser perjudicial, ya que genera un consumo descontrolado, pero la suplementación alimentaria tiene un carácter positivo cuando los individuos la realizan con supervisión profesional. Finalmente, son necesarios estudios sobre la influencia de los medios de comunicación para analizar en profundidad cómo el público que consume suplementos sin supervisión profesional se ve afectado por el tema.

Palabras clave: Suplementos nutricionales. Redes sociales. Proteína de suero. Creatina.

Recebido em: dia/mês/ano

Aceite em: dia/mês/ano