RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

ANÁLISE DO CONTEÚDO E DAS CARACTERÍSTICAS DOS VÍDEOS SOBRE HIPERTROFIA MUSCULAR NO TIKTOK

Bruna Fagherazzi Pereira[1], Sabrina Susin[1], Bruna Bellincanta Nicoletto[2]

RESUMO

Objetivo: Analisar o conteúdo e as características dos vídeos sobre hipertrofia muscular publicados no TikTok. Materiais e métodos: Estudo descritivo utilizando os termos de busca no TikTok: “dieta para hipertrofia”, “dieta para ganhar massa magra”, “dieta para ganhar músculo” e “bulking”. Em cada hashtag, foram selecionados os 30 primeiros vídeos exibidos pelo algoritmo. Foram coletadas variáveis das características e conteúdo dos vídeos, como: link do vídeo, ano de publicação, número de visualizações, número de comentários, número de salvamentos, número de curtidas, número de compartilhamentos, presença de áudio, duração do vídeo, presença de legenda, credenciais profissionais, categoria de atuação, informações na biografia do perfil, registro profissional, se era estudante da área da saúde. Foram avaliados os aspectos do conteúdo: categoria principal, presença de referências à individualidade alimentar, indicação de atendimento em saúde, existência de finalidade comercial e seu tipo, indicação de dietas específicas ou suplementos, menção de quantidades ou recomendações, exposição corporal, presença de promessas de resultados e uso de fontes para a construção do conteúdo. Resultados: Foram incluídos 106 vídeos. Observou-se a predominância (62,2%) de vídeos divulgados por criadores sem identificação e registro profissional. Prevaleceram (36,8%) vídeos que apresentaram a dieta do criador, muitos sem descrever sua individualidade ou orientação profissional, associados à exposição corporal e promessas de resultados. Conclusão: Esses resultados demonstram o risco de disseminação de informações imprecisas e ressaltam a importância da atuação profissional na divulgação de conteúdos seguros e de qualidade, onde a prioridade é a segurança do usuário.

Palavras-chave: Hipertrofia do músculo esquelético. Nutrição no esporte. Redes sociais. TikTok.

ABSTRACT

Analysis of the content and characteristics of videos about muscle hypertrophy on tiktok

Objective: To analyze the content and characteristics of videos about muscle hypertrophy published on TikTok. Materials and Methods: Descriptive study using the following search terms on TikTok: “dieta para hipertrofia,” “dieta para ganhar massa magra,” “dieta para ganhar músculo,” and “bulking”. For each hashtag, the first 30 videos displayed by the platform’s algorithm were selected. Variables related to the characteristics and content of the videos were collected, such as: content link, year of publication, number of views, number of comments, number of saves, number of likes, number of shares, presence of audio, video duration, presence of subtitles/captions, professional credentials, category of activity, information in the profile biography, professional registration, and whether the creator was a student in the health field. Finally, content aspects were evaluated: main category, presence of references to dietary individuality, indication of health care, existence of commercial purpose and its type, indication of specific diets or supplements, mention of quantities or recommendations, body exposure, presence of promises of results, and use of sources for content construction. Results: A total of 106 videos were included. Most videos were produced by creators without professional identification or credentials. The majority presented the creator’s own diet, often without describing individual needs or professional guidance, and were associated with body exposure and promises of results. Conclusion: These findings demonstrate the risk of disseminating inaccurate information and highlight the importance of professional involvement in sharing safe and high-quality content, prioritizing user safety.

Key words: Skeletal muscle hypertrophy. Sports nutrition. Social media. TikTok.

RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

INTRODUÇÃO

A busca pela hipertrofia muscular tem apresentado crescimento nos últimos anos (Matos e colaboradores, 2025).

O treinamento de resistência é o principal estímulo para a hipertrofia do músculo esquelético, promovendo adaptações fisiológicas que envolvem alterações na estrutura do tecido com o aumento do tamanho das fibras musculares e na área transversal do músculo (Refalo e colaboradores, 2022) (Morton e colaboradores, 2018).

Fatores como predisposição genética, idade e sexo influenciam essa resposta ao treinamento, interferindo nos ganhos de massa muscular (Schoenfeld, 2010).

Para favorecer a hipertrofia muscular, a nutrição deve estar aliada ao treinamento de resistência (Chen, 2025).

Um plano alimentar individualizado que atenda às necessidades do indivíduo, considerando o momento adequado para a ingestão dos nutrientes, representa a base para um treinamento eficiente (Jager e colaboradores, 2017).

É essencial garantir que o indivíduo consuma as calorias necessárias para compensar o seu gasto energético, ou seja, se mantenha em um cenário de balanço energético positivo.

O déficit calórico pode comprometer o processo de hipertrofia muscular, mas o que irá impactar a síntese proteica muscular são dois fatores, a ingestão proteica adequada e o treinamento resistido (Slater e colaboradores, 2019).

A nutrição aliada ao exercício de resistência induz a hipertrofia muscular (Wackerhage e colaboradores, 2019).

Existe uma variação de macronutrientes tanto para praticantes de exercício físico não atletas quanto para atletas.

Os atletas demonstram maior demanda energética devido ao volume e à intensidade dos treinos, necessitando de ajustes no aporte calórico total e na distribuição dos macronutrientes, conforme suas necessidades individuais (Quaresma e colaboradores, 2025).

No entanto, a busca por estratégias nutricionais para a hipertrofia muscular entre os variados públicos tem crescido e diferentes bases podem ser consultadas pela população em busca do conhecimento (Carvalho, Nogueira, 2016).

As redes sociais consolidaram-se como um meio ágil e acessível de interação e disseminação de informações, possibilitando a troca de experiências entre os usuários (Faria, Souza, 2017).

Entre essas plataformas, o TikTok tornou-se bastante popular, onde os usuários podem se conectar de forma on-line e propagar informações variadas.

A nutrição é um dos assuntos mais afetados pela desinformação, onde dietas são disponibilizadas, mas sem a intenção de proporcionar hábitos saudáveis (Freire, 2020).

Com a propagação de conteúdos nas redes sociais, associado à busca pela população por estratégias rápidas e fáceis, torna-se relevante entender a qualidade dessas informações divulgadas.

Neste contexto, este trabalho teve como objetivo analisar o conteúdo e as características de vídeos sobre hipertrofia muscular publicados no TikTok.

MATERIAIS E MÉTODOS

Delineamento do estudo

Este é um estudo descritivo utilizando a plataforma de rede social TikTok. O aplicativo TikTok utiliza um algoritmo que personaliza os resultados com base nas interações, histórico de visualização, engajamento e buscas anteriores dos usuários. Portanto, para a coleta de dados, uma nova conta foi criada para minimizar a influência de entrega do mesmo (TikTok, 2020).

A busca pelos vídeos foi realizada na barra de pesquisa da plataforma, utilizando as seguintes hashtags: “dieta para hipertrofia”, “dieta para ganhar massa magra”, “dieta para ganhar músculo” e “bulking”.

A escolha dos termos foi realizada após uma pesquisa exploratória, para conhecer os mesmos mais utilizados nesta área, utilizando uma conta pessoal. A partir disso, o termo "dieta" foi definido como a busca pelo consumo alimentar e os demais termos relacionados à hipertrofia muscular.

Para a análise, foram selecionados os 30 primeiros vídeos exibidos pelo algoritmo após a pesquisa com cada uma das hashtags.

A aplicação das hashtags seguiu a sequência: dieta para hipertrofia (21/08/25), dieta para ganhar massa magra (06/09/25), dieta para ganhar músculo (17/09/25) e bulking (25/09/25).

No dia que cada hashtag foi inserida no aplicativo, os primeiros 30 vídeos foram selecionados e salvos no próprio aplicativo para a análise dos conteúdos, organizados em pastas com as respectivas hashtags.

Foram considerados critérios de inclusão vídeos que apresentassem qualquer dica ou recomendação alimentar relacionada à hipertrofia muscular, como dietas, suplementos, alimentos ou receitas.

Foram excluídos vídeos duplicados, em outros idiomas, que não tratassem de alimentação, vídeos de representação humorística digital ("memes") e conteúdo em formato de fotos, considerando que o aplicativo do TikTok tem como principal foco a divulgação de vídeos.

A partir dos vídeos salvos em pastas, a extração de cada vídeo foi realizada por duas pesquisadoras (B.F.P. e S.S.) e em caso de divergência foi consultado um terceiro revisor (B.B.N.).

Coleta de dados

Foram coletadas as seguintes variáveis referentes aos vídeos analisados: link do conteúdo, ano de publicação, número de visualizações, número de comentários, número de salvamentos, número de curtidas, número de compartilhamentos, presença de áudio, duração do vídeo, presença de legenda (incluindo narração, descrição ou texto adicionado) e uso de hashtags.

Além dessas variáveis, foram avaliadas informações relacionadas ao criador do conteúdo, incluindo suas credenciais profissionais, quando informadas na biografia do perfil, informações pertinentes disponibilizadas nessa seção e categoria de atuação.

Com base nesses dados, o criador foi classificado como nutricionista, educador físico/treinador, médico, atleta, influenciador digital, estudante da área da saúde ou outro profissional.

Também foi avaliado se o criador que se intitulava profissional da saúde apresentava registro profissional.

A classificação dessas variáveis foi realizada considerando exclusivamente as informações disponíveis na biografia do perfil, sendo considerada a categoria "não consta" nos casos em que a atuação profissional do criador não estava descrita com clareza ou não era mencionada.

Adicionalmente, foram analisados aspectos relacionados ao conteúdo dos vídeos. A presença de referências à individualidade alimentar, considerada quando o criador apontava com clareza que as recomendações citadas no vídeo consideravam o seu próprio contexto, ressaltando que não deveriam ser consideradas para todos os indivíduos.

Além disso, avaliou-se a indicação de atendimento em saúde na fala do criador, onde ele recomendava o atendimento personalizado com profissionais, mas sem o intuito de promover os seus próprios serviços.

Caso houvesse indicação dos seus serviços, considerou-se como finalidade comercial. A existência de finalidade comercial, onde foi avaliado se havia venda explícita de produtos, consultas/consultorias.

Também foi classificada a categoria principal do conteúdo, compreendendo: receita, suplementos, cardápio, orientações ou dicas, análise da dieta de outro indivíduo, demonstração da própria alimentação, montagem de refeições ou evolução corporal.

Foram ainda observadas a indicação de dietas específicas ou de suplementos alimentares, a menção de quantidades ou recomendações, a exposição corporal, a presença de promessas de resultados e o uso de fontes para a construção do conteúdo.

O protocolo do presente estudo dispensa submissão ao Comitê de Ética e Pesquisa, uma vez que não envolve seres humanos.

Além disso, os vídeos obtidos para este estudo foram acessados através de contas públicas do TikTok.

Análise estatística

Os dados foram analisados através do programa Statistical Package for Social Sciences, versão 21.0 (SPSS Inc, Chicago, IL). As variáveis contínuas foram testadas quanto à normalidade pelo teste de Shapiro Wilk.

As variáveis com distribuição normal foram apresentadas como média ± desvio padrão e as variáveis com distribuição não paramétrica como mediana (intervalo interquartil).

As variáveis categóricas foram apresentadas como números absolutos e percentuais.

RESULTADOS

A seleção dos vídeos foi realizada entre os dias 21 de agosto e 25 de setembro de 2025, conforme apresentado na figura 1. Dos 120 vídeos acessados, 14 foram excluídos, resultando em 106 vídeos analisados (Figura 1).

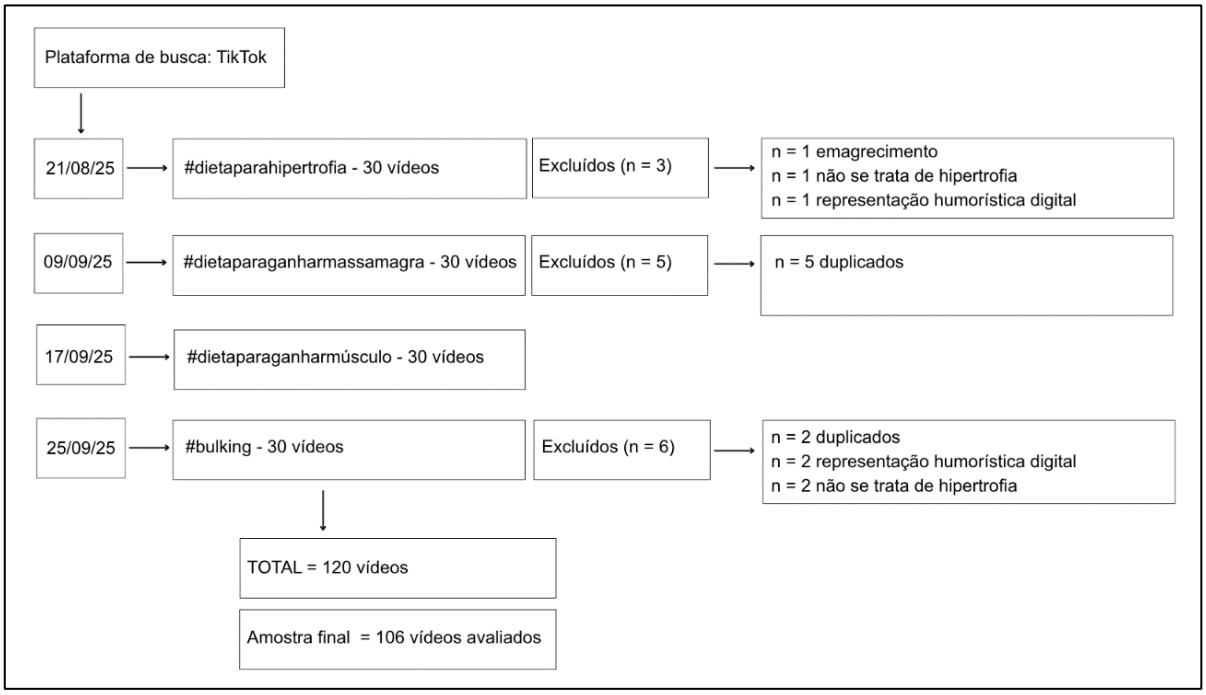

Figura 1 - Fluxograma de seleção de vídeos sobre hipertrofia muscular e nutrição no TikTok.

A Tabela 1 apresenta as características dos conteúdos dos vídeos analisados.

Dentre os vídeos analisados, 62,2% não constavam identificação profissional, apenas 24,5% eram nutricionistas, 1,9% médicos e 0,9% educador físico/treinador.

As categorias mais frequentes dos vídeos foram conteúdos onde o criador mostrava a sua própria alimentação (36,8%), seguido de dicas e orientações gerais e receitas (19,8%). Os criadores que se identificaram como profissionais da saúde, não continham registro profissional na biografia e apenas a minoria (2,8%) indicou atendimento em saúde.

Verificou-se que 70 vídeos (66%) continham exposição corporal, alguns com promessas de resultados (34,9%).

A amostra total demonstrou ausência de referências bibliográficas para afirmar as informações divulgadas.

Tabela 1 - Características dos conteúdos dos vídeos sobre hipertrofia muscular publicados no TikTok.

Variáveis	Amostra (n=106) n (%)
Criador, n (%)	
Não consta	66 (62,2)
Nutricionista	26 (24,5)
Estudante da área da saúde	8 (7,5)
Médico	2 (1,9)
Atleta	2 (1,9)
Ed.Físico/Treinador	1 (0,9)
Influencer	1 (0,9)
Categoria do vídeo, n (%)	
Indivíduo mostrando sua alimentação	39 (36,8)
Orientações/Dicas	21 (19,8)
Receita	12 (11,3)
Montagem de refeições	12 (11,3)
Cardápio	10 (9,4)
Análise da dieta de outro indivíduo	3 (2,8)
Mostrou evolução	4 (3,8)
Outro	5 (4,7)
Credenciais biografia do perfil, n (%)	102 (96,2)
Descreve registro profissional, n (%)	0 (0)
Estudante da área da saúde, n (%)	
Não	98 (92,5)
Nutrição	6 (5,7)
Educação física	2 (1,9)
Atribuiu à sua individualidade, n (%)	59 (55,7)
Indica atendimento em saúde, n (%)	3 (2,8)
Apresenta apelo comercial (venda), n (%)	15 (14,2)
Venda, n (%)	
Produtos	3 (2,8)
Consulta/Consultoria	12 (11,4)
Indica dieta ou suplemento, n (%)	
Sim, dieta	5 (4,7)
Sim, suplemento	15 (14,2)
Sim, dieta e suplemento	7 (6,6)
Indica quantidade de alimentos, n (%)	34 (32,1)
Há exposição corporal, n (%)	70 (66)
Promessas de resultados, n (%)	37 (34,9)
Cita fontes bibliográficas, n (%)	0 (0)
Ano do vídeo, n (%)	
2022	7 (6,6)
2023	35 (33,0)

2024	28 (26,4)
2025	36 (34,0)
Características gerais	
Presença de áudio, n (%)	106 (100)
Presença de legenda em narração, n (%)	37 (34,9)
Presença de legenda em descrição, n (%)	97 (91,5)
Presença de legenda em texto adicionado, n (%)	51 (48,1)
Presença de hashtags, n (%)	96 (90,6)
Número de visualizações, n	335650 (112725 - 778075)
Número de comentários, n	139,5 (42,25 - 332,25)
Número de salvamentos, n	5643 (1350,25 - 13825)
Número de curtidas, n	25750 (6538,75 - 58950)
Número de compartilhamentos, n	746,5 (144,5 - 2041,75)
Duração do vídeo, segundos	59 (24 - 76)

DISCUSSÃO

Os vídeos apresentam um número relevante de alcance, chegando a milhões de visualizações, milhares de curtidas e compartilhamentos, o que destaca o interesse dos usuários em conteúdos relacionados à hipertrofia muscular e estratégias para alcançar resultados.

A categoria mais buscada pelos indivíduos são vídeos em que o criador expõe a sua dieta, muitas vezes sem constar individualidade ou orientação profissional, mostrando os alimentos e as quantidades associadas à exposição corporal e promessas de resultados, elementos que demonstram ser uma estratégia eficiente para gerar visibilidade e engajamento dos conteúdos da plataforma.

Os usuários estão cada vez mais dependentes da internet para ter acesso a informações sobre nutrição e alimentos, favorecendo o acesso a muitas informações enganosas, de qualidade inferior e imprecisas (Denniss, Lindberg, McNaughton, 2023; Hagg, Dahinten, Currie, 2018; Fappa, Micheli, 2025).

Um estudo recente concluiu que as informações nutricionais em plataformas digitais, como o Instagram, são frequentemente imprecisas e de qualidade inferior (Denniss e colaboradores, 2024).

Em outro estudo sobre a qualidade, precisão e engajamento do conteúdo nutricional no TikTok, concluiu-se que a plataforma é muito influenciada por criadores não profissionais e pela cultura da dieta, fornecendo informações inadequadas que regularmente apresentam maior engajamento do que informações confiáveis (Zeng e colaboradores, 2025).

Além desta categoria, observaram-se vídeos com dicas e orientações, suplementação, cardápios e receitas voltadas para ganho de massa muscular e vídeos exibindo resultados físicos, que também demonstraram um relevante alcance entre os usuários.

Um estudo sobre redes sociais, imagem corporal e treinamento de resistência, conclui que a utilização das mídias sociais com ênfase em imagem está associada ao uso de suplementos entre jovens do sexo masculino que frequentam academias (Hilkens e colaboradores, 2021).

Uma análise qualitativa do conteúdo sobre conselhos dietéticos e formas de comunicação do Youtube, demonstrou que indivíduos não especialistas aplicavam técnicas de linguagem persuasiva para influenciar as escolhas alimentares e utilizavam narrativas convincentes e experiências pessoais, apresentando ser semelhante ao seu público e proporcionarem um senso de comunidade, favoreciam um cenário de conexão mais forte com os espectadores (Kiss e colaboradores, 2025).

No perfil dos criadores de conteúdo, verificou-se que a grande parte não constava identificação profissional na biografia do perfil, limitando a validação das credenciais e a confiabilidade das informações divulgadas para os usuários.

Dentre os 106 vídeos analisados, 62,2% não obtinham informações sobre formação profissional, em que apenas 24,5% foram produzidos por nutricionistas e 1,9% por educadores físicos.

No entanto, estes criadores não continham registro profissional em sua biografia.

Portanto, esses achados indicam que criadores sem formação profissional divulgam informações e orientações nutricionais sobre hipertrofia muscular que são, na maioria das vezes, sem respaldo científico ou sem destacar individualidade, visto que as recomendações variam de acordo com diversos fatores (Quaresma e colaboradores, 2025).

Além disso, 7,5% dos criadores eram estudantes da área da saúde, evidenciando que os conteúdos disponíveis na plataforma do TikTok não são predominantemente produzidos por criadores com formação adequada para a divulgação dessas informações.

Esses resultados levantam questões em relação a confiabilidade dos conteúdos divulgados e o impacto que geram para os usuários que consomem conteúdos relacionados à hipertrofia muscular.

Um estudo recente analisou a credibilidade e o conteúdo de contas fitness no Instagram e concluiu-se que dois terços das contas analisadas careciam de credibilidade ou com conteúdo prejudicial à saúde (Curtis e colaboradores, 2023).

Além disso, identificou-se a presença de vídeos com finalidade comercial, com venda explícita de produtos, como programas alimentares, consultorias, suplementos.

Um estudo avaliou a desinformação sobre suplementos alimentares disseminada por influenciadores no Instagram e concluiu que apresentam deficiências considerando fatores como dosagem excessiva e rotulagem inadequada e que muitos desses influenciadores utilizam cupons de desconto e promessas de resultados para a venda desses suplementos (Ricke, Seifert, 2025).

Uma parte desses vídeos apresentava uma abordagem apelativa, com promessas de resultados rápidos e eficazes para o ganho de massa muscular.

Como resultado, os usuários que consomem esses conteúdos podem adotar tais estratégias nutricionais, seguindo um plano alimentar não individualizado, utilizando suplementos sem orientação de um profissional.

Como consequência, este cenário representa um potencial risco à saúde, pois essas informações fornecidas aos usuários não consideram individualidade e podem ser prejudiciais.

Identificou-se que a maioria dos vídeos apresentaram exposição corporal, utilizada como estratégia para gerar engajamento e alcance, uma forma apelativa de prender o público.

Isso pode gerar curiosidade nos usuários, os quais consideram adotar as mesmas estratégias nutricionais e o mesmo treinamento que foi sugerido pelo vídeo do criador.

Porém, replicar as estratégias nutricionais de outros indivíduos desconsidera a individualidade e as recomendações nutricionais que variam de acordo com fatores como idade, sexo, tipo de treinamento, composição corporal, metabolismo e objetivos do indivíduo (Quaresma e colaboradores, 2025).

A exposição corporal gera comparação e incentiva a busca por resultados imediatos, o que afasta os indivíduos de buscarem estratégias alimentares saudáveis, personalizadas com o auxílio de um profissional da área.

Neste cenário, uma análise qualitativa de conteúdo na plataforma do TikTok concluiu que as mensagens normativas de peso são predominantes, o que ressalta a cultura da dieta e insatisfação corporal (Minadeo, Pope, 2022).

Um estudo que avaliou como a exposição a ideais de beleza em redes sociais influencia a imagem corporal, verificou-se que a visualização de imagens nas redes sociais que retratam padrões de beleza inatingíveis tem um impacto negativo na imagem corporal (Fioravanti e colaboradores, 2022; Griffiths e colaboradores, 2018).

A visualização constante de conteúdos nas redes sociais com foco em musculatura está associada à uma provável dismorfia muscular (Ganson e colaboradores, 2025).

O Código de Ética e de Conduta do Nutricionista é um guia oficial, que considera como princípios fundamentais a responsabilidade técnica e compromisso com a veracidade das informações, visando a segurança da população.

O guia ressalta que o nutricionista deve atuar com base em evidências científicas, considerando a individualidade, sem fornecer prescrições e orientações de forma generalizada, principalmente em ambientes virtuais onde os conteúdos têm um alcance importante.

Os dados obtidos a partir deste estudo reforçam a necessidade de um posicionamento ético do nutricionista para combater a

desinformação e proporcionar orientações seguras, qualificadas e individualizadas (Conselho Federal de Nutricionistas, 2018).

O nutricionista tem um papel fundamental no acompanhamento do indivíduo que busca por hipertrofia muscular, orientando estratégias seguras e com embasamento científico (Hwang, Yang, 2025).

Além disso, é válido discutir com o paciente sobre informações divulgadas nas mídias sociais, desmistificando e fornecendo orientações de qualidade para o benefício do paciente.

Portanto, o profissional não atua apenas no planejamento alimentar, mas também auxilia na mudança de comportamento, de maneira sustentável, promovendo resultados duradouros e que priorizem a segurança do paciente (Fiorini e colaboradores, 2023).

Este estudo aponta limitações que devem ser consideradas. Para a construção do banco de dados, a coleta foi realizada em um determinado período, o que influencia os vídeos exibidos pelo algoritmo. Mesmo com a criação de uma nova conta no aplicativo para minimizar interferências, o algoritmo entrega os conteúdos conforme o engajamento, histórico de pesquisa e vídeos interagidos, como comentado na metodologia.

Além disso, foram analisados apenas vídeos de contas abertas, restringindo a amostra por não considerar conteúdos de perfis privados.

Apesar das limitações apresentadas, esse estudo demonstra pontos relevantes, por trazer um tema atual e de grande alcance, considerando que o aplicativo TikTok é um dos mais acessados.

Além disso, a avaliação da qualidade de informações divulgadas sobre hipertrofia muscular disponíveis nas mídias sociais ressalta a importância da atuação do nutricionista na divulgação de informações com evidências robustas e que priorizam a segurança dos usuários.

CONCLUSÃO

Este estudo demonstrou que os conteúdos relacionados à hipertrofia muscular publicados no TikTok são, em sua maioria, produzidos por criadores sem identificação profissional, o que coloca em dúvida a qualidade das informações compartilhadas.

Observou-se, ainda, que grande parte dos vídeos carece de embasamento científico, apresentando informações generalizadas que desconsideram a individualidade dos usuários.

Muitas das estratégias nutricionais divulgadas priorizam o engajamento, recorrendo a exposições corporais e promessas de resultados. Esse cenário reforça a preocupação com a disseminação de desinformação e evidencia o potencial impacto negativo desse conteúdo sobre a saúde dos usuários.

REFERÊNCIAS

1-Conselho Federal de Nutricionistas (CFN). Código de Ética e de Conduta do Nutricionista. Brasília: CFN, 2018. Disponível em: https://cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf

2-Carvalho, F.F.B.; Nogueira, J.A.D. Práticas corporais e atividades físicas na perspectiva da Promoção da Saúde na Atenção Básica. Ciência & Saúde Coletiva. Vol. 21. Num. 6. 2016. p. 1829-1838.

3-Chen, W. Nutritional interventions in muscle hypertrophy research: a scientometric analysis within the context of resistance training (1992–2025). Journal of Health, Population and Nutrition. Vol. 44. Num. 1. 2025. p. 272.

4-Curtis, R.G.; Prichard, I.; Gosse, G.; Stankevicius, A.; Maher, C.A. Hashtag fitspiration: credibility screening and content analysis of Instagram fitness accounts. BMC Public Health. Vol. 23. Num. 1. 2023. p. 421. Disponível em: https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-023-15232-7

5-Denniss, E.; Lindberg, R.; Marchese, L.E.; McNaughton, S.A. #Fail: the quality and accuracy of nutrition-related information by influential Australian Instagram accounts. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity. Vol. 21. Num. 1. 2024. p. 16.

6-Denniss, E.; Lindberg, R.; McNaughton, S.A. Quality and accuracy of online nutrition-related information: a systematic review of content analysis studies. Public Health Nutrition. Vol. 26. Num. 7. 2023. p. 1345-1357.

7-Fappa, E.; Micheli, M. Content accuracy and readability of dietary advice available on webpages: a systematic review of the evidence. Journal of Human Nutrition and Dietetics. Vol. 38. Num. 1. 2025. p. 13395.

8-Faria, L.N.; Souza, A.A. Análise nutricional quantitativa de uma dieta da proteína destinada a todos os públicos. Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde. Vol. 12. Num. 2. 2017. p. 385-398.

9-Fioravanti, G.; Bocci Benucci, S.; Ceragioli, G.; Casale, S. How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: a systematic review of experimental studies. Adolescent Research Review. Vol. 7. Num. 3. 2022. p. 419-458.

10-Fiorini, S.; Neri, L.D.C.L.; Guglielmetti, M.; Mottolese, A.; Signorelli, S.; Berardo, A.; Bonvini, A.; Roveda, E.; Marzorati, M. Nutritional counseling in athletes: a systematic review. Frontiers in Nutrition. Vol. 10. 2023. p. 1250567.

11-Freire, R. Scientific evidence of diets for weight loss: Different macronutrient composition, intermittent fasting, and popular diets. Nutrition. Vol. 69. 2020. p. 110549. Disponível em: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31525701/

12-Ganson, K.T.; Testa, A.; Rodgers, R.F.; Nagata, J.M. Associations between muscularity-oriented social media content and muscle dysmorphia among boys and men. Body Image. Vol. 53. 2025. p. 101903. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S174014452500007X

13-Griffiths, S.; Murray, S.B.; Krug, I.; McLean, S.A. The contribution of social media to body dissatisfaction, eating-disorder symptoms, and anabolic-steroid use among sexual minority men. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. Vol. 21. Num. 3. 2018. p. 149-156.

14-Hagg, E.; Dahinten, V.S.; Currie, L.M. The emerging use of social media for health-related purposes in low- and middle-income countries: a scoping review. International Journal of Medical Informatics. Vol. 115. 2018. p. 92-105. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S138650561830089X

15-Hilkens, L.; Cruyff, M.; Woertman, L.; Benjamins, J.; Evers, C. Social Media, Body Image and Resistance Training: Creating the Perfect 'Me' with Dietary Supplements, Anabolic Steroids and SARM's. Sports Medicine - Open. Vol. 7. Num. 1. 2021. p. 81.

16-Hwang, D.J.; Yang, H.J. Nutritional strategies for enhancing performance and training adaptation in weightlifters. International Journal of Molecular Sciences. Vol. 26. Num. 1. 2025. p. 240. Disponível em: https://www.mdpi.com/1422-0067/26/1/240

17-Jager, R.; Kerksick, C.M.; Campbell, B.I.; Cribb, P.J.; Wells, S.D.; Skwiat, T.M.; Purpura, M.; Ziegenfuss, T.N.; Ferrando, A.A.; Arent, S.M.; Smith-Ryan, A.E.; Stout, J.R.; Willoughby, D.S.; Arciero, P.J.; Ormsbee, M.J.; Taylor, L.W.; Wilborn, C.D.; Kalman, D.S.; Kreider, R.B.; Hoffman, J.R.; Krzykowski, J.L.; Antonio, J. International Society of Sports Nutrition Position Stand: protein and exercise. Journal of the International Society of Sports Nutrition. Vol. 14. Num. 1. 2017. p. 20. Disponível em: https://jissn.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12970-017-0177-8

18-Kiss, A.; Tompa, O.; Lakner, Z.; Unger-Plasek, B.; Temesi, Á.; Soós, S. Conveying Sport Nutrition Information in YouTube Videos: A Qualitative Content Analysis of Dietary Advice and Ways of Communication. Current Developments in Nutrition. Vol. 9. Num. 9. 2025. p. 107525. Disponível em: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40980802/

19-Matos, M.E.O.; Silva, M.T.P.; Mendanha, V.A.F.; Magalhães, M.E.F.; Santos, L.C.J.M.; Silva, M.C.P.; Melo, R.; Quintão, D.F. A influência das redes sociais no consumo alimentar e na prática de exercício físico em adultos do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. São Paulo. Vol. 19. Num. 117. 2025. p. 351-360. Disponível em: https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/2477

20-Minadeo, M.; Pope, L. Weight-normative messaging predominates on TikTok - a qualitative content analysis. PLOS ONE. Vol. 17. Num. 11. 2022. p. e0267997.

21-Morton, R.W.; Murphy, K.T.; McKellar, S.R.; Schoenfeld, B.J.; Henselmans, M.; Helms, E.;

Aragon, A.A.; Devries, M.C.; Banfield, L.; Krieger, J.W.; Phillips, S.M. A systematic review, meta-analysis and meta-regression of the effect of protein supplementation on resistance training-induced gains in muscle mass and strength in healthy adults. British Journal of Sports Medicine. Vol. 52. Num. 6. 2018. p. 376-384. Disponível em: https://bjsm.bmj.com/content/52/6/376

22-Quaresma, M.V.L.S.; Trindade, M.C.C.; Oliveira, E.P.; Dátillo, M.; Pimentel, G.D.; Barros, A.R.Z.; Barrella, A.B.; Mendes, R.R.; Campanholi, R.A.; Alvarenga, M.L.; Braggion, G.F.; Longo, S.; Santos, K. G.M.; Melo, C.M.; Gonçalves, L.S.; Juzwiak, C.R.; Joaquim, D.P.; Gonçalves, D.C.; Marins, J.C.B.; Buzzachera, C.F.; Carvalho, A.; Souza, H.S.; Costa, R.F.; Pinheiro, M.N.; Chináglia, C.F.P.; Stancanelli, M.; Lazarim, F.L.; Marchiori, V.; Silva, E.A.R.; Niehues, L.P.; Marques, C.G.; Nakamoto, F.P.; Mello, M. T.; Artioli, G.G.; Saunders, B.; Rogero, M.M.; Burini, R.C.; Ribeiro, S.M.L.; Santos, T.R. Diretrizes de prática clínica para nutrição esportiva: Associação Brasileira de Nutrição Esportiva. Journal of Physical Education. Vol. 36. 2025. p. 01-92.

23-Refalo, M.C.; Helms, E.R.; Trexler, E.T.; Hamilton, D.L.; Fyfe, J.J. Influence of resistance training proximity-to-failure on skeletal muscle hypertrophy: a systematic review with meta-analysis. Sports Medicine. Vol. 53. Num. 3. 2023. p. 649-665. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s40279-022-01784-y

24-Ricke, J.N.; Seifert, R. Disinformation on dietary supplements by German influencers on Instagram. Naunyn-Schmiedeberg's Archives of Pharmacology. Vol. 398. Num. 5. 2025. p. 5629–5647. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s00210-024-03616-4

25-Schoenfeld, B.J. The mechanisms of muscle hypertrophy and their application to resistance training. Journal of Strength and Conditioning Research. Vol. 24. Num. 10. 2010. p. 2857-2872.

26-Slater, G.J.; Dieter, B.P.; Marsh, D.J.; Helms, E.R.; Shaw, G.; Iraki, J. Is an energy surplus required to maximize skeletal muscle hypertrophy associated with resistance training. Frontiers in Nutrition. Vol. 6. Num. 131. 2019. p. 1-13. Disponível em: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6710320/

27-TikTok. How TikTok Recommends Videos for You. TikTok Newsroom. 2020. Disponível em: https://newsroom.tiktok.com/how-tiktok-recommends-videos-for-you

28-Wackerhage, H.; Schoenfeld, B.J.; Hamilton, D.L.; Lehti, M.; Hulmi, J.J. Stimuli and sensors that initiate skeletal muscle hypertrophy following resistance exercise. Journal of Applied Physiology. Vol. 126. Num. 1. 2019. p. 30-43. Disponível em: https://pubmed.ncbi. nlm.nih.gov/30335577/

29-Zeng, M.; Grgurevic, J.; Diyab, R.; Roy, R. #WhatIEatinaDay: the quality, accuracy, and engagement of nutrition content on TikTok. Nutrients. Vol. 17. Num. 5. 2025. p. 781. Disponível em: https://www.mdpi.com/2072-6643/17/5/781

1 - Bacharelado em Nutrição, Área do Conhecimento de Ciências da Saúde, Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.
2 - Professora Doutora Nutricionista, Curso de Graduação em Nutrição, Área do Conhecimento de Ciências da Vida, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.

Autor correspondente:
Bruna Bellincanta Nicoletto
bbngehrke@ucs.br

E-mail dos autores:
bfpereira1@ucs.br
sabrinac.susin@hotmail.com
bbngehrke@ucs.br

Recebido para publicação em 14/12/2025
Aceito em 29/03/2026