

COMERCIALIZAÇÃO E PUBLICIDADE DE ALIMENTOS EM CANTINAS DE ESCOLAS PRIVADAS DO MUNICÍPIO DE PALMAS-TO



Relatório Técnico



EQUIPE TÉCNICA

Equipe coordenadora

Kellen Cristine Silva
Eloise Schott
Lúcia Helena Almeida Gratão
Luiza Delazari Borges
Larissa Loures Mendes

Equipe executora

Euclésia Alves da Silva
Maria Júlia Alves de Araújo
Laís de Fátima Vasconcelos dos Santos
Thauany Guimarães Cardoso
Camilla Alves Rodrigues

Diagramação

Jonara Maisa Alves Ferreira



RELATÓRIO TÉCNICO
COMERCIALIZAÇÃO E PUBLICIDADE DE ALIMENTOS EM CANTINAS DE
ESCOLAS PRIVADAS DO MUNICÍPIO DE PALMAS-TO

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Relatório técnico [livro eletrônico] :
comercialização e publicidade de alimentos em
cantinas de escolas privadas do município de
Palmas-TO / coordenação Kellen Cristine Silva
... [et al.]. -- 1. ed. -- Palmas, TO :
Universidade Federal do Tocantins - Sistema de
Bibliotecas, 2026.
PDF

Outros organizadores: Eloise Schott, Lúcia Helena
Almeida Gratão, Luiza Delazari Borges, Larissa Loures
Mendes

Bibliografia
ISBN 978-65-87246-92-5

1. Alimentos 2. Alimentação escolar
3. Comercialização 4. Escolares - Alimentação
5. Nutrição 6. Obesidade 7. Palmas (TO)
8. Publicidade I. Silva, Kellen Cristine.
II. Schott, Eloise. III. Gratão, Lúcia Helena
Almeida. IV. Borges, Luiza Delazari. V. Mendes,
Larissa Loures

26-341986.0

CDD-371.716098117

Índices para catálogo sistemático:

1. Escolares : Alimentação : Nutrição : Educação
371.716098117

Maria Alice Ferreira - Bibliotecária - CRB-8/7964

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	04
---------------------	----

MÉTODOS	06
----------------	----

RESULTADOS	10
-------------------	----

Caracterização das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO	10
--	----

Comercialização e média de preço de alimentos das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO	11
---	----

Saudabilidade das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO	15
---	----

Razão entre disponibilidade de AUPP e disponibilidade de AIMPP (Razão AUPP/AIMPP) nas cantinas de escolas privadas de Palmas, TO	15
--	----

Caracterização da publicidade de alimentos nas cantinas de escolas privadas de Palmas-TO	16
--	----

CONCLUSÃO	18
------------------	----

REFERÊNCIAS	20
--------------------	----





APRESENTAÇÃO

O consumo alimentar saudável na infância é determinante para um desenvolvimento adequado, pois nos primeiros anos de vida se formam hábitos alimentares decisivos à manutenção da saúde na fase adulta (BRASIL; 2019).

No entanto, dados do Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN), revelou que cerca de 50% das crianças acompanhadas pela Atenção Básica consomem regularmente alimentos ultraprocessados como hambúrguer, embutidos, biscoitos salgados, salgadinhos de pacote, macarrão instantâneo, biscoitos doces e recheados, doces, balas, chocolates e refrigerante (BRASIL, 2024).

Logo, debates sobre os aspectos que levam à obesidade e suas soluções têm focado na relação entre fatores individuais e fatores ambientais (ROBERTO, et al.; 2015). Neste contexto, destaca-se o ambiente alimentar, que pode ser definido a partir dos contextos físico, econômico, político e sociocultural nos quais os indivíduos interagem para o consumo de alimentos (DOWNS, et al.; 2020).

Em relação ao público infantil, a escola é um dos principais componentes do ambiente alimentar, pois é considerada um espaço privilegiado para o desenvolvimento de práticas alimentares saudáveis, e é onde a criança permanece por longos períodos (AZEREDO, et al.; 2016).

“
O consumo alimentar saudável na infância é determinante para um desenvolvimento adequado, pois nos primeiros anos de vida se formam hábitos alimentares decisivos à manutenção da saúde na fase adulta (BRASIL; 2019).



Assim, o aumento da disponibilidade de alimentos ricos em energia e pobres em nutrientes no ambiente alimentar escolar, tanto dentro quanto ao redor das escolas, pode incentivar escolhas alimentares não saudáveis na infância e que se perpetuam ao longo da vida (DA COSTA, et al.; 2020; JIA, et al.; 2021; LLEWELLYN, et al.; 2016).

Além disso, o crescimento do consumo de alimentos ultraprocessados é impulsionado pelas estratégias de marketing das grandes indústrias alimentícias e este conjunto de fatores pode estar contribuindo para ampliar o número de casos de obesidade e outras doenças (MONTEIRO; CASTRO, 2009). A publicidade cria condições para que todo e qualquer produto tenha um público interessado, construindo um forte repertório emocional, traduzido em consumo, e é desta forma que as empresas de alimentos ultraprocessados têm fidelizado consumidores desde a infância (BRASIL, 2014).

A fim de conhecer este cenário no contexto brasileiro, foi realizado um estudo multicêntrico intitulado “Comercialização de Alimentos em Escolas Brasileiras (Caeb) que foi coordenado por um grupo de pesquisadores de seis universidades públicas e financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (processo: 442851/2019-7), pela ACT Promoção da Saúde, pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), pelo Instituto Ibirapitanga e pelo Instituto Desiderata.

Parte do estudo foi realizado na cidade de Palmas (TO) e feito por professores e estudantes do Curso de Nutrição da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Assim, neste relatório estão apresentados os dados referentes à comercialização e publicidade de alimentos de cantinas de 21 escolas privadas de ensino fundamental e médio da capital.

O intuito deste relatório é fornecer informações que subsidiem a criação de propostas que promovam um ambiente passível de escolhas alimentares mais saudáveis no ambiente escolar.

Métodos

Esta pesquisa faz parte de um projeto multicêntrico denominado Comercialização de Alimentos em Escolas Brasileiras (CAEB). O universo foi composto por 34 escolas privadas de ensino fundamental e médio que foram identificadas na base de dados do IBGE e das secretarias de educação da cidade de Palmas (TO).

Foi realizado contato telefônico inicial com todas as escolas para explicar o objetivo da pesquisa e identificar a venda de alimentos no interior destas via cantinas ou lanchonetes. Naquelas em que foram constatadas a presença desses estabelecimentos, foi agendada uma entrevista presencial com o gestor responsável pelo estabelecimento comercial que respondeu um questionário.

Para avaliar o ambiente alimentar das cantinas das escolas privadas, foi desenvolvido um questionário inserido no aplicativo Collect Box®. O questionário é dividido em 3 seções: 1) informações da cantina (identificação e caracterização); 2) comercialização, variedade, tamanho, valor do menor preço e estratégia de venda (promoção/combo) de alimentos, bebidas e culinárias; e 3) e presença de publicidade de alimentos, bebidas e culinárias.

Em seguida, os alimentos comercializados identificados no questionário foram divididos em dois grupos, considerando a extensão e a finalidade de seu processamento industrial (Quadro 1), conforme proposto pela classificação do Guia Alimentar da População Brasileira (BRASIL, 2014).





Quadro 1: Caracterização dos grupos de alimentos por grau de processamento.

Grupo	Alimentos
Alimentos in natura e Minimamente Processados e Preparações Culinárias (AIMPP) 21 itens	(1) água mineral (com ou sem gás); (2) água de coco; (3) suco natural de fruta; (4) suco 100% natural de caixinha, lata ou garrafa; (5) café; (6) chá natural; (7) leite batido com fruta/ vitamina; (8) fruta fresca; (9) fruta seca/ desidratada; (10) salada de fruta simples; (11) açaí sem açúcar ou xarope; (12) bolo de preparação culinária; (13) doce a base de frutas ou legumes; (14) biscoito preparação culinária; (15) pão de queijo (preparação culinária própria); (16) tapioca sem recheio ultraprocessado; (17) pizza sem recheio ultraprocessado; (18) salgado assado sem recheio ultraprocessado; (19) salgado frito sem recheio ultraprocessado; (20) sanduíche sem recheio ultraprocessado; (21) pipoca feita com grão natural doce ou salgada.
Alimentos ultraprocessados e Preparações Culinárias (AUPP) 29 itens	(1) refresco; (2) néctar de fruta em caixinha, lata ou garrafa; (3) chá pronto para beber; (4) bebida láctea e iogurte com sabor; (5) bebida à base de soja; (6) refrigerante comum; (7) refrigerante zero, light, diet; (8) energético; (9) isotônico; (10) salada de fruta com toppings; (11) açaí com açúcar ou xarope; (12) açaí com toppings; (13) barra de cereais; (14) cereal matinal; (15) bolo ultraprocessado; (16) doce com ingredientes ultraprocessados; (17) bombom ou chocolate; (18) guloseima; (19) picolé ou sorvete; (20) biscoito doce com ou sem recheio; (21) salgadinho de pacote, chips, biscoito/bolacha salgado; (22) pão de queijo congelado ou mistura; (23) tapioca com recheio ultraprocessado; (24) pizza com recheio ultraprocessado; (25) salgado assado com recheio ultraprocessado; (26) salgado frito com recheio ultraprocessado; (27) sanduíche com recheio ultraprocessado; (28) pipoca ultraprocessada; (29) pipoca de pacote doce e/ou salgada.

Fonte: Elaborado pelos autores

Após a classificação de cada alimento em AIMPP e AUPP, foi calculado o Índice de Saudabilidade de cada cantina. Este índice avalia a DISPONIBILIDADE de alimentos in natura, minimamente processados e preparações culinárias baseadas nestes alimentos (AIMPP) em relação com a INDISPONIBILIDADE de alimentos ultraprocessados e preparações culinárias baseadas nestes alimentos (AUPP).

O índice expressa a ideia de que um estabelecimento que promove a alimentação saudável facilita o acesso ao alimento AIMPP e dificulta o acesso aos AUPP (TAVARES, et al.; 2021).

Para calcular este índice, é feita a seguinte pontuação para cada alimento da cantina:

- AIMPP vendido = 1 ponto
- AUPP não vendido = 1 ponto
- AIMPP não vendido = 0 ponto
- AUPP vendido = 0 ponto

A pontuação final de cada cantina é obtida utilizando a fórmula abaixo e o resultado varia de zero a 100, sendo que, quanto mais próxima de 100, mais saudável será o estabelecimento.

Índice de Saudabilidade

Pontuação total dos alimentos AIMPP vendidos + Pontuação total dos AUPP não vendido

No total de alimentos da lista x 100

Para ampliar a compreensão sobre os itens vendidos nas cantinas, calculou-se ainda a razão entre disponibilidade de AUPP e disponibilidade de AIMPP, que expressa a vantagem e desvantagem relativa da disponibilidade de AUPP em relação à de AIMPP.

A razão foi calculada da seguinte forma:

$$\text{Razão AUPP/AIMPP} = \frac{\text{No total de alimentos AUPP}}{\text{No total de alimentos AIMPP}}$$

Razão > 1 indica comercialização de AUPP maior que a comercialização de AIMPP
Razão < 1 indica comercialização de AUPP menor que a comercialização de AIMPP

A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Fundação Escola de Saúde Pública de Palmas (FESP), e os responsáveis pelas cantinas assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).



RESULTADOS

Caracterização das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO

Das 34 escolas privadas, 4 não estavam em funcionamento, 5 não possuíam cantina e 4 não aceitaram participar da pesquisa. Assim, foram avaliadas as cantinas de 21 escolas.

A tabela 1 apresenta a caracterização das cantinas, e mostra que dentre as 21 escolas analisadas, 19 (90,5%) eram administradas por empresas terceirizadas, 11 (52,4%) tinham a presença de nutricionista e apenas 5 (23,8%) comercializavam alimentos para fins especiais.

Quanto à seleção dos alimentos para comercialização, todas as escolhiam os alimentos para sem comercializados com base nos produtos mais vendidos e 19 (90,5%) consideravam a preferência dos alunos. Mais da metade das cantinas relataram atender mais de 200 clientes diariamente (Tabela 1).

Tabela 1 - Caracterização das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO, 2024 (n = 21).

VARIÁVEIS	N	%
FORMA DE ADMINISTRAÇÃO DA CANTINA		
Empresa terceirizada	19	90,5%
Administrada pela própria escola	02	9,5%
PRESENÇA DE NUTRICIONISTA		
Sim	11	52,4%
Não	10	47,6%
COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS PARA FINS ESPECIAIS (EX. INTOLERÂNCIAS, DIABETES, ALERGIAS)		
Sim	5	23,8%
Não	16	76,2%

VARIÁVEIS	N	%
-----------	---	---

FORMA DE SELEÇÃO DOS ALIMENTOS COMERCIALIZADOS (a)

Preferência dos alunos	19	90,5%
Possibilidade de produção ou aquisição dos alimentos ou produtos	07	33,3%
Mais vendidos	21	100,0%
Maior percentual de lucro	0	0
Recomendação/determinação definida pela escola	03	14,3%
Proposta de cardápio elaborada pela nutricionista	04	19,0%
Permissão de acordo com legislação municipal ou estadual	04	19,0%

Fonte: Elaborado pelos autores

(a) Questão com possibilidade de múltiplas respostas

Disponibilidade e média de preço de alimentos das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO

Em relação aos alimentos mais disponíveis para comercialização nas cantinas, destacam-se o salgado assado sem recheio ultraprocessado, salgado assado com recheio ultraprocessado, pizza com recheio ultraprocessado, guloseimas, bombom e chocolate. Quanto as bebidas, a maior disponibilidade para venda foram água mineral, suco natural de fruta, néctar de fruta em caixinha e bebida láctea e iogurte com sabor. (Tabela 2).

Dentre as escolas estudadas, 14 (66,7%) proíbem a venda de alguns alimentos ultraprocessados como refrigerantes, chicletes, energéticos, catchup, maionese e frituras (Tabela 2).

Em algumas cantinas foi identificada a comercialização de alimentos que não estão listados no questionário da pesquisa, tais como: crepe, amendoim, cachorro quente, cuscuz e mousse de maracujá. No entanto, por não fazerem parte da relação de alimentos do questionário, esses alimentos não foram considerados para fins de cálculo do índice de saudabilidade e da razão AUPP/AIMPP.

Na tabela 2 também são apresentados o valor médio de preço dos alimentos comercializados nas cantinas. Observa-se que a média de preços de alimentos in natura, minimamente processados e preparações culinárias baseadas nestes alimentos (AIMPP) é similar a dos alimentos ultraprocessados e preparações culinárias baseadas nestes alimentos (AAUP).

Tabela 2 - Alimentos comercializados e média de preço, nas cantinas de escolas privadas de Palmas, Tocantins, 2024 (n = 21).

ALIMENTOS	N	%	MÉDIA DE PREÇO (R\$)
BEBIDAS			
Água mineral	15	71,4%	3,46
Suco natural de fruta	15	71,4%	4,13
Suco 100% natural de caixinha, lata ou garrafa	02	9,5%	5,00
Néctar de fruta em caixinha, lata ou garrafa	14	66,7%	3,96
Refresco	02	9,5%	2,50
Café	07	33,3%	1,64
Leite batido com fruta/ vitamina	01	4,8%	3,50
Bebida láctea e iogurte com sabor	13	62,0%	4,27
Refrigerante comum	10	47,6%	4,00
Refrigerante zero, light, diet	10	47,6%	7,05
Energético	01	4,8%	12,00
Isotônico	05	23,8%	8,20
FRUTAS E SORVETES			
Fruta fresca	07	33,3%	3,00
Salada de fruta simples	05	23,8%	7,30
Salada de fruta com toppings	01	4,8%	9,00
Açaí com açúcar ou xarope	02	9,5%	10,00
Açaí com toppings	02	9,5%	12,00
Picolé ou sorvete	12	57,1%	2,83

ALIMENTOS

N

%

MÉDIA DE
PREÇO
(R\$)

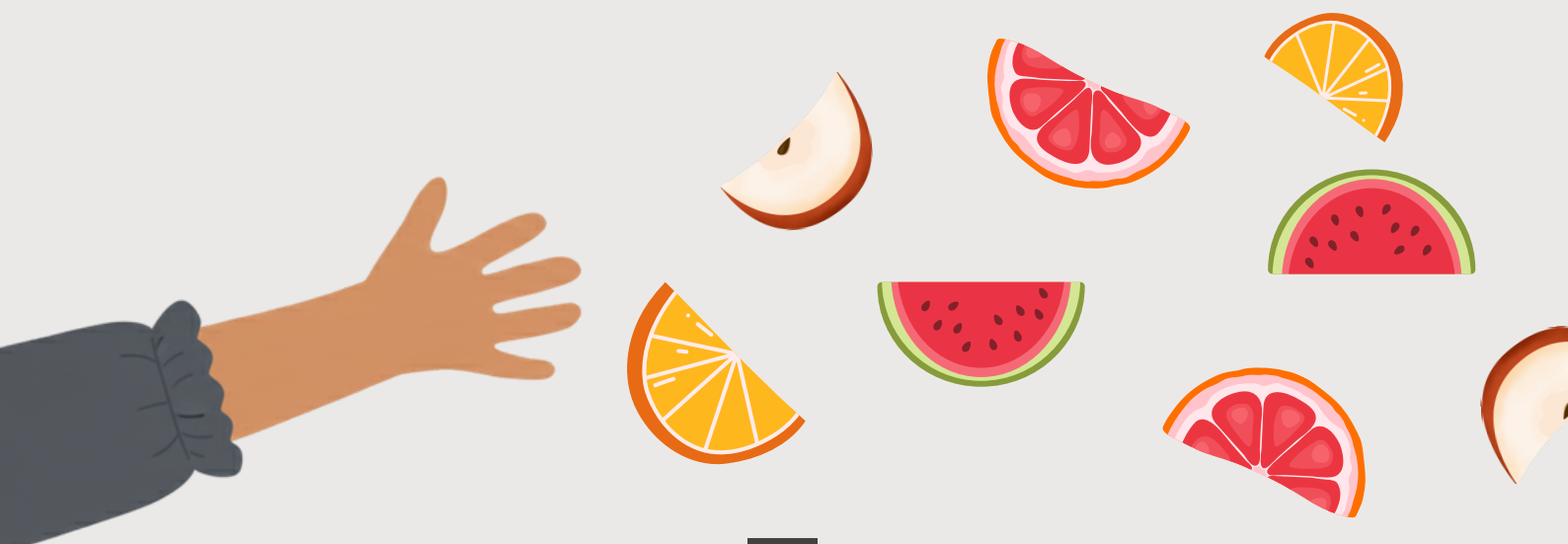
DOCES E BOLOS

Barra de cereais	12	57,1%	3,00
Bolo ultraprocessados	12	57,1%	3,83
Bolo de preparação culinária	09	42,9%	5,72
Doce a base de frutas ou legumes	03	14,3%	3,88
Doce com ingredientes ultraprocessados	14	66,7%	3,50
Bombom ou chocolate	16	76,2%	2,38
Guloseimas (balas, pirulitos, chicletes)	17	81,0%	0,57
Biscoito doce com ou sem recheio	12	57,1%	4,20

SALGADOS

Salgadinho de pacote, chips, biscoito/bolacha salgado	09	42,9%	3,33
Pão de queijo	03	14,3%	4,33
Pão de queijo congelado ou mistura pronta	13	62,0%	2,35
Tapioca sem recheio ultraprocessado	05	23,8%	6,40
Tapioca com recheio ultraprocessado	05	23,8%	5,50
Pizza sem recheio ultraprocessado	05	23,8%	6,80
Pizza com recheio ultraprocessado	16	76,2%	7,88
Salgado assado sem recheio ultraprocessado	19	90,5%	7,10
Salgado assado com recheio ultraprocessado	19	90,5%	7,10
Salgado frito sem recheio ultraprocessado	06	28,6%	6,25
Salgado frito com recheio ultraprocessado	09	42,9%	6,44
Sanduíche sem recheio ultraprocessado	05	23,8%	7,30
Sanduíche com recheio ultraprocessado	10	47,6%	7,50
Pipoca feita com grão natural doce ou salgada	06	28,6%	4,40

Fonte: Elaborado pelos autores



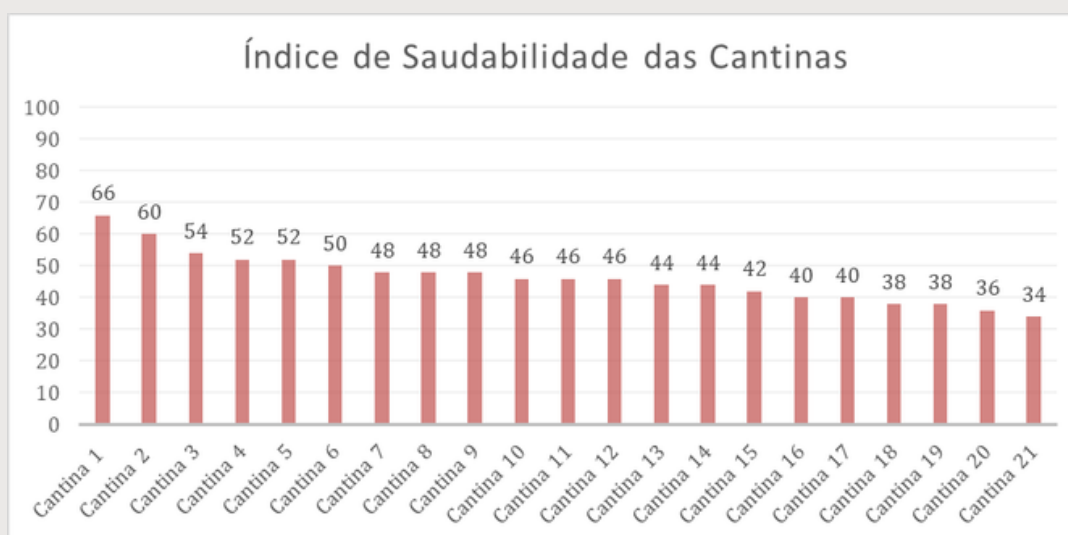


Saudabilidade das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO

Quanto a saudabilidade das cantinas, que se refere ao índice que demonstra que o estabelecimento promove a alimentação saudável e facilita o acesso ao alimento AIMPP e dificulta o acesso aos AUPP, os resultados variaram entre 34 e 66.

A cantina que obteve pontuação 34 foi considerada de menor saudabilidade, e aquela com a pontuação 66 com maior saudabilidade (Gráfico 1).

Gráfico 1. Índice de saudabilidade das cantinas de escolas privadas de Palmas-TO, 2024 (n = 21).



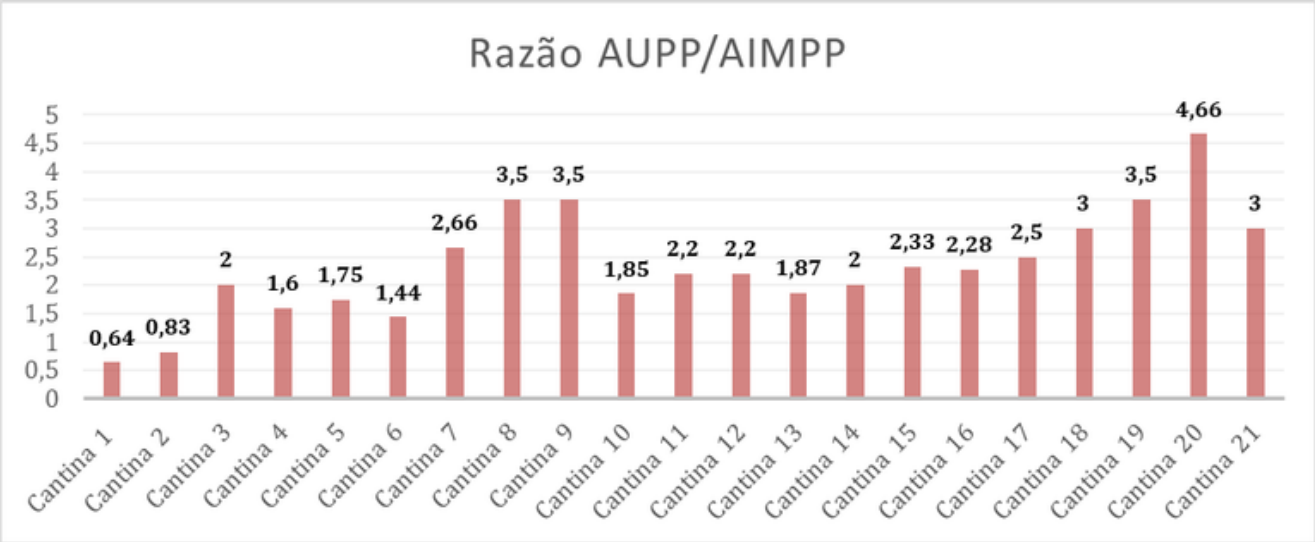
Fonte: Elaborado pelos autores

Razão entre disponibilidade de AUPP e disponibilidade de AIMPP (Razão AUPP/AIMPP) nas cantinas de escolas privadas de Palmas, TO

O Gráfico 2 apresenta a razão que expressa a vantagem e desvantagem relativa da disponibilidade de AUPP em relação à de AIMPP. Os resultados variaram de 0,64 a 4,66, onde razão > 1 indica comercialização de AUPP maior que a comercialização de AIMPP.

Somente 2 cantinas apresentaram menor comercialização de AUPP em detrimento aos AIMPP (Cantinas 1 e 2).

Gráfico 2. Razão entre disponibilidade de AUPP e disponibilidade de AIMPP (Razão AUPP/AIMPP) nas cantinas de escolas privadas de Palmas, TO, 2024 (n = 21).



Fonte: Elaborado pelos autores

Caracterização da publicidade de alimentos nas cantinas de escolas privadas de Palmas-TO

Quanto à publicidade dos alimentos vendidos, de acordo com a Tabela 3, 8 escolas (38%) recebem ou já receberam patrocínio de fornecedores. Destas, 7 (33,3%) utilizavam equipamentos como freezer e geladeira de incentivo dos patrocinadores e 1 (4,8%) recebeu uniforme (avental, blusa, boné/touca, outros).

Das 21 escolas analisadas, apenas uma (4,8%) tem a presença de material educativo sobre alimentação saudável e somente 7 (33,3%) desenvolvem ações que incentivem a alimentação saudável.

Em relação ao preço, 9 (42,9%) cantinas fazem combos com preço final inferior ao da soma dos preços individuais e duas (9,5%) fazem promoção de alimentos e bebidas.

Tabela 3. Caracterização da publicidade de alimentos nas cantinas de escolas privadas de Palmas-TO. (n = 21)

VARIÁVEIS	N	%
RECEBEU ALGUM MATERIAL DE INCENTIVO/ PATROCÍNIO/APOIO DE FORNECEDORES		
Sim	08	38,0%
Não	13	62,0%
MATERIAIS DE INCENTIVO/PATROCÍNIO/APOIO DE FORNECEDORES RECEBIDOS		
Equipamentos (freezer, geladeiras, outros)	07	33,3%
Uniforme (avental, blusa, boné/touca, outros)	01	4,8%
Nenhum	13	61,9%
HÁ MATERIAIS EDUCATIVOS (MURAI, CARTAZES, BANNERS, QUADROS E ETC) SOBRE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL		
Sim	01	4,8%
Não	20	92,5%
DESENVOLVE AÇÕES QUE INCENTIVEM A ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL		
Sim	07	33,3%
Não	14	66,7%
A CANTINA OFERECE OPÇÃO DE COMBO (COMBINADO DE ALIMENTOS COM BEBIDAS) COM PREÇO FINAL INFERIOR AO DA SOMA DOS PREÇOS INDIVIDUAIS DE CADA COMPONENTE DA COMBINAÇÃO		
Sim	9	42,9%
Não	12	57,1%
A CANTINA FAZ PROMOÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS		
Sim	02	9,5%
Não	19	90,5%

Fonte: Elaborado pelos autores

CONCLUSÃO

Este relatório técnico proporcionou uma análise da comercialização e publicidade de alimentos das cantinas das escolas privadas de ensino fundamental e médio do município de Palmas-TO, apontando baixa saudabilidade desses estabelecimentos, bem como, maior proporção de alimentos ultraprocessados comercializados, em detrimento aos alimentos in natura e minimamente processados.

Diante disso, o investimento no ambiente alimentar escolar é um passo fundamental para combater a obesidade infantil e assegurar o desenvolvimento saudável das futuras gerações.

Cabe destacar que as evidências científicas reforçam que para garantir um ambiente escolar promotor da saúde é necessário um esforço coletivo, vontade política e compromisso intersetorial. O ambiente alimentar escolar, se bem estruturado, tem grande impacto na formação de hábitos alimentares saudáveis e sustentáveis de crianças e adolescentes.

Portanto, investir nesse espaço significa atuar na garantia do direito humano à alimentação adequada, prevenção da obesidade e suas consequências, na promoção da alimentação adequada e saudável e na segurança alimentar e nutricional.

Para tanto, a partir desse cenário, são propostas ações em diferentes esferas:

REGULATÓRIA: criação de uma regulamentação específica referente à publicidade e comercialização de alimentos em cantinas escolares, garantindo a oferta de uma alimentação adequada e saudável no ambiente escolar.

COMERCIAL: realização de atividades de conscientização e capacitação dos donos de cantinas e diretores das escolas para a construção de um ambiente alimentar escolar mais saudável, apresentando alternativas saudáveis e nutritivas para serem comercializadas, sem prejudicar a rentabilidade dos estabelecimentos.

ESCOLAR: desenvolvimento de ações permanentes de educação alimentar e nutricional para toda comunidade escolar, no que se refere à promoção da alimentação adequada e saudável neste ambiente.

CIENTÍFICA: produção de pesquisas para acompanhamento da situação alimentar e nutricional dos escolares e desenvolvimento de projetos de intervenção que promovam ambientes alimentares saudáveis.



REFERÊNCIAS

AZEREDO, C.M.; DE REZENDE, L.F.; CANELLA, D.S.; CLARO, R.M.; PERES, M.F.; et al. Food environments in schools and in the immediate vicinity are associated with unhealthy food consumption among Brazilian. **Prev Med**. 2016 Jul;88:73-9.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. Ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

BRASIL. Ministério da Saúde (MS). **Secretaria de Atenção Primária à Saúde**. Departamento de Promoção da Saúde. Guia alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos. Brasília: MS; 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde (MS). **Secretaria de Atenção Primária à Saúde**. Relatórios do Estado nutricional dos indivíduos acompanhados por período, fase do ciclo da vida e índice. 2024. Disponível em: <https://sisaps.saude.gov.br/sisvan/relatoriopublico/estadonutricional>. Acesso em: 7 maio 2025.

DA COSTA PERES, C.M.; GARDONE, D.S.; COSTA, B.V.L.; DUARTE, C.K.; PESSOA, M.C.; MENDES, L.L. Retail food environment around schools and overweight: a systematic review. **Nutr Ver**. 2020;78(10):841-856.

DOWNS, S.M., AHMED, S., FANZO, J., HERFORTH, A. Food Environment Typology: Advancing ver Expanded Definition, Framework, and Methodological Approach for Improved Characterization of Wild, Cultivated, and Built Food Environments toward Sustainable Diets. **Foods**. 2020 Apr 22;9(4):532. Doi: 10.3390/foods9040532. PMID: 32331424; PMCID: PMC7230632.

JIA, P.; LUO, M.; LI, Y.; ZHENG, J.S.; XIAO, Q.; LUO, J. Fast-food restaurant, unhealthy eating, and childhood obesity: A systematic review and meta-analysis. **Obes Ver**. 2021;22(1):12944.

LLEWELLYN, A.; SIMMONDS, M.; OWEN, C.G.; WOOLACOTT, N. Childhood obesity as a predictor of morbidity in adulthood: a systematic review and meta-analysis. **Obes Ver**. 2016;17(1):56-67.

MONTEIRO, C. A.; CASTRO, I. R. R. Por que é necessário regulamentar a publicidade de alimentos. **Ciência & Cultura**, Campinas, v. 61, n. 4, 56-59, 2009.

ROBERTO, CHRISTINA A ET AL. Patchy obesity prevention: emerging examples, entrenched barriers, and new thinking. **The Lancet**, 2015. Volume 385, Issue 9985, 2400 – 2409