

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
GEOVANA MIYASHIRO FERREIRA NETO

O IMPACTO DE PROPAGANDAS COMERCIAIS DE ALIMENTOS
VOLTADAS PARA O PÚBLICO INFANTIL E ADOLESCENTES

CAMPO GRANDE (MS)
2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
GEOVANA MIYASHIRO FERREIRA NETO

O IMPACTO DE PROPAGANDAS COMERCIAIS DE ALIMENTOS
VOLTADAS PARA O PÚBLICO INFANTIL E ADOLESCENTES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para o Curso de Nutrição, da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Alimentos e Nutrição (FACFAN), da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), como requisito parcial para a obtenção do título de Graduação em Nutrição.

Orientadora: Profa. Dra. Karine de Cássia Freitas Gielow

CAMPO GRANDE (MS)

2025

O impacto de propagandas comerciais de alimentos voltadas para o público infantil e adolescentes

The impact of commercial food advertisements aimed at children and adolescents

Geovana Miyashiro Ferreira Neto*; Karine de Cássia Freitas Gielow**

* Acadêmica do Curso de Nutrição da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Alimentos e Nutrição (FACFAN) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). https://wwws.cnpq.br/cvlattesweb/pkg_impcv.trata, <https://orcid.org/0009-0003-1717-1498>.

** Nutricionista. Professora Associada do Curso de Nutrição da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Alimentos e Nutrição (FACFAN) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). <http://lattes.cnpq.br/4903660157313116>, <https://orcid.org/0000-0002-5813-6088>.

RESUMO

Com o crescimento da urbanização, as necessidades diárias mudaram, afetando a alimentação. Crianças e adolescentes são especialmente afetados pela publicidade de alimentos, assim, o objetivo deste artigo visou a análise do impacto das propagandas comerciais nas práticas alimentares desse público. Trata-se de uma revisão de literatura que analisa estudos recentes sobre a publicidade de alimentos em plataforma de dados online e resoluções oficiais. A formação do hábito alimentar ocorre predominantemente na infância, sendo influenciada por fatores familiares, sociais e midiáticos. A publicidade de alimentos ultraprocessados configura-se como um determinante relevante no aumento da obesidade e das Doenças Crônicas Não Transmissíveis refletindo em impactos na vida adulta. Logo essa exposição contínua a estratégias persuasivas explora a vulnerabilidade desse público e consolida padrões alimentares inadequados desde a infância, refletindo em consequências para a vida adulta. Diante desse cenário, as legislações brasileiras e as ações de Educação Alimentar e Nutricional são essenciais para reduzir os efeitos do marketing abusivo e promover escolhas mais saudáveis e conscientes desde os primeiros anos de vida.

Palavras-chave: publicidade de alimentos; consumo alimentar; crianças; adolescentes; obesidade

ABSTRACT

With the growth of urbanization, daily needs have changed, affecting eating habits. Children and adolescents are especially affected by food advertising; therefore, this article aims to analyze the impact of commercial advertising on the eating practices of this group. This is a literature review that analyzes recent studies on food advertising on online data platforms and official resolutions. The formation of eating habits occurs predominantly in childhood, being influenced by family, social, and media factors. The advertising of ultra-processed foods is a relevant determinant in the increase of obesity and Non-Communicable Chronic Diseases, reflecting impacts on adult life. This continuous exposure to persuasive strategies exploits the vulnerability of this group and consolidates inadequate eating patterns from childhood, reflecting in consequences for adult life. Given this scenario, Brazilian legislation and actions in Food and Nutritional Education are essential to reduce the effects of abusive marketing and promote healthier and more conscious choices from the first years of life.

Keywords: food advertising; food consumption; children; adolescents; obesity

INTRODUÇÃO

Com o avanço da urbanização, diversos aspectos da vida cotidiana – como tempo, recursos financeiros, educação, saúde e alimentação – tiveram transformações significativas. Nesse contexto, a dieta moderna passou a basear-se no consumo de alimentos prontos, de fácil transporte e conservação. Observa-se, assim, o aumento expressivo da ingestão de produtos ultraprocessados, que atendem à demanda por praticidade, mas não superam adequadamente as necessidades nutricionais, contribuindo para o agravamento de problemas de saúde pública (HAINES *et al.*, 2019; MARTINES *et al.*, 2019; LACERDA; CARMO; SOUZA; SANTOS, 2020).

A adoção de novos padrões alimentares tem contribuído de forma significativa para o aumento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs) na população, resultando em maior taxa de incapacidades e mortalidade precoce decorrentes do agravamento dessas condições. Entre as principais DCNTs, destacam-se a obesidade, o Diabetes Mellitus tipo 2 e a Hipertensão Arterial Sistêmica (HAS), frequentemente associadas ao elevado consumo de alimentos ultraprocessados. Além disso, todas as faixas etárias se mostram vulneráveis, uma vez que estão expostas tanto a esse padrão alimentar inadequado quanto a influência constante das mídias sociais, que reforçam práticas alimentares não saudáveis (BRASIL, 2023c; VELOSO; ALMEIDA, 2022).

Com a intensificação da lógica capitalista em escala global, os hábitos alimentares de crianças e adolescentes sofreram mudanças significativas, com efeitos negativos à saúde. A publicidade de produtos alimentícios com elevados teores de açúcar, sódio, gorduras e aditivos é amplamente direcionada a esse público, ocupando papel de destaque nas estratégias do mercado. Para alcançar esse propósito, as propagandas utilizam linguagem simples, recursos visuais e sonoros que aumentam sua vulnerabilidade e favorecem a formação precoce de padrões alimentares inadequados (MONTEIRO *et al.*, 2017).

Uma vez que a alimentação exerce influência nos processos de saúde e doença, o conhecimento acerca do comportamento alimentar das crianças é de grande relevância. Diante do exposto, o objetivo do presente artigo foi analisar o impacto das propagandas comerciais de alimentos em relação as práticas alimentares do público infantil e de adolescentes.

METODOLOGIA

O presente artigo corresponde a uma revisão de literatura que busca verificar os achados científicos e descrever os documentos oficiais e atualizados sobre as propagandas de alimentos voltadas ao público infantil e de adolescentes.

Dessa forma, para a construção da base teórica, foram realizadas pesquisas bibliográficas em português, inglês e espanhol, utilizando artigos científicos disponíveis em plataformas de dados *online*: Pubmed, Scientific Electronic Library Online-Scielo, Periódicos CAPES e Resoluções Oficiais. Foram empregados os seguintes Descritores em Ciência da Saúde (DeCS): *Publicidade de Alimentos (Food Publicity/Publicidad de Alimentos)*, *Nutrição Infantil (Child Nutrition/Nutrición del Niño)* e *Obesidade Infantil (Pediatric Obesity/Obesidad Infantil)*. Esses descritores foram combinados entre si por meio do operador booleano *AND* resultando na combinação: *Nutrição Infantil AND Publicidade de Alimentos AND Obesidade Infantil*, nos três diferentes idiomas.

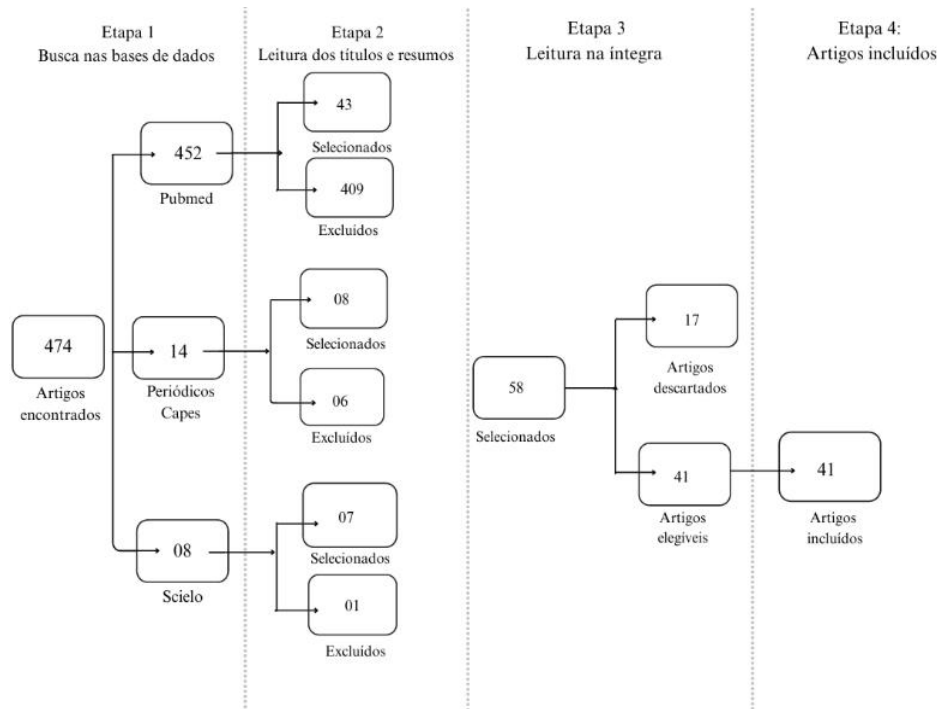
Foram incluídos documentos originais e de acesso gratuito com foco na publicidade de alimentos voltadas ao público infantil e de adolescentes, publicados nos últimos 10 anos, considerando a necessidade de garantir a atualidade e relevância científica das informações. Foram excluídos os documentos que estavam incompletos, que eram disponíveis apenas mediante a pagamento, não seguia o mesmo objetivo de pesquisa e documentos que não se voltavam ao público infantil e adolescentes.

Assim, a seleção inicial consistiu em selecionar os documentos nas bases de dados. Em seguida houve a leitura dinâmica dos títulos e resumos, dessa forma os que não se enquadravam aos critérios foram excluídos. Após, os documentos foram lidos na íntegra e aqueles que apresentaram relação direta com o objetivo de pesquisa compuseram os artigos elegíveis.

Também foram utilizadas legislações e documentos oficiais relacionados pertinentes ao tema propaganda de alimentos, obtidos no site do Ministério da Saúde, a fim de embasar a análise sob o ponto de vista normativo e institucional, possibilitando uma investigação comparativa entre o conteúdo das normas e as evidências na literatura científica.

Desse modo, 41 artigos selecionados integraram os resultados do presente trabalho. A metodologia aplicada pode ser descrita através do fluxograma (Figura 1) a seguir:

Figura 1 - Fluxograma da seleção de artigos.



Fonte: A autora (2025)

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A formação do hábito alimentar na infância

A infância é caracterizada por rápidas transformações nos aspectos fisiológicos, cognitivos e alimentares do indivíduo. Neste período ocorre a construção dos hábitos alimentares, conceituada como práticas contínuas e conscientes de consumo de alimentos, articuladas à rotina, à qualidade e à quantidade da dieta. Escolhas alimentares são fortemente condicionadas pelo ambiente em que a criança está inserida (MAHMOOD *et al.*, 2021).

Dessa forma, os alimentos oferecidos durante essa fase influenciam diretamente a formação do paladar e a relação da criança com a alimentação. Considerando esse aspecto, uma nutrição inadequada pode acarretar inúmeros prejuízos à saúde, refletindo negativamente no desenvolvimento e crescimento, se mantendo na vida adulta do indivíduo (BRASIL, 2019; TEIXEIRA; ARAÚJO; GARCIA, 2023).

O comportamento alimentar infantil reflete o ambiente em que a criança está incluída, sendo determinado por múltiplos fatores - biológicos, sociais, econômicos, familiares e midiáticos - que interagem de forma complexa. As estratégias de marketing da indústria alimentícia exercem influência significativa nesse processo, moldando precocemente as preferências e escolhas alimentares (TORRES *et al.*, 2020).

A compreensão das práticas alimentares constitui um elemento essencial para a prevenção de agravos à saúde, tais como o excesso de peso e as deficiências nutricionais. Tais condições estão frequentemente associadas à elevada exposição a um ambiente obesogênico, o que favorece o surgimento e a manutenção de enfermidade crônicas (TEIXEIRA; ARAÚJO; GARCIA, 2023; CUNHA; CAVALCANTE, 2022).

Os meios de comunicação são considerados um grande formador de hábito alimentar em decorrência principalmente da mídia, das publicidades de alimentos e do elevado número de horas que crianças e adolescentes passam em frente às telas (SOUZA; CADETE, 2017). Logo, a indústria ao visar prioritariamente o lucro, impactando negativamente a qualidade de vida e o poder de escolha da população. Dessa maneira, o comportamento alimentar passa a ser influenciado pelo processo de industrialização e, de forma indireta, pelo excesso de exposição às estratégias de marketing que estimulam o consumo de produtos ultraprocessados (BRASIL, 2014a; MAHMOOD *et al.*, 2021).

Dessa forma, a publicidade de alimentos industrializados tem exercido um papel relevante no avanço das DCNTs, ao influenciar de maneira negativa os hábitos alimentares desde a infância. É importante destacar o preocupante crescimento no número de crianças e adolescentes que desenvolvem sobrepeso e obesidade precocemente, evidenciando o impacto precoce das estratégias de *marketing* sobre a saúde e o comportamento alimentar dessa população.

Sobrepeso e obesidade na infância e na adolescência: conceitos, prevalência, fatores de riscos e consequências

A partir da década de 1970, o Brasil passou por um processo de transição epidemiológica e nutricional, caracterizada pela coexistência de quadros de desnutrição e de doenças carenciais específicas associadas à má nutrição, concomitantemente ao aumento da incidência das DCNTs (BATISTA FILHO; RISSIN, 2003). Desse modo, no país a forma como as pessoas vivem e, conseqüentemente, se relacionam com a alimentação, passou por profundas transformações nas últimas cinco décadas (SOUZA; CADETE, 2017; BRASIL, 2022).

Ademais, a transição nutricional configura-se pela mudança nos padrões alimentares e nutricionais, associada a transformações econômicas, sociais e demográficas que alteram significativamente o perfil de saúde da população. A dieta, antes baseada em alimentos in natura, passou a incluir precocemente produtos industrializados, acompanhado pela redução da atividade física (GIESTA *et al.*, 2019; BRASIL, 2014a).

Na contemporaneidade, a alimentação configura-se como um desafio multifacetado, marcado pelas contradições entre o amplo acesso à informação, a conveniência dos alimentos industrializados e a busca por práticas mais saudáveis (VELOSO; ALMEIDA, 2022; BRASIL, 2020a).

Segundo o Ministério da Saúde, estima-se que 6,4 milhões de crianças brasileiras apresentam excesso de peso e 3,1 milhões já tenham evoluído para obesidade, correspondendo a 1,2% das crianças de 5 a 9 anos acompanhadas pelo Sistema Único de Saúde (SUS) (BRASIL, 2021b). Além disso, dados do Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN) indicam que 1,4 milhões de adolescentes entre 10 a 19 anos foram diagnosticados com sobrepeso e obesidade, evidenciando a obesidade juvenil como um importante desafio de saúde pública no país (BRASIL, 2022).

A obesidade é descrita, de forma breve, como o excesso de peso decorrente do acúmulo excessivo ou anormal de gordura corporal, o que pode acarretar em diversos prejuízos à saúde. Nesse contexto, a obesidade pediátrica configura-se como uma condição crônica progressiva e multifacetada, resultado da interação entre fatores

208 comportamentais, ambientais, socioculturais, midiáticos e políticos que influenciam o
209 padrão alimentar e o estilo de vida da criança (WHO, 2025; SAHOO *et al.*, 2015;
210 BRASIL, 2021a).

211 Assim sendo, a patologia pode ser associada a uma combinação de fatores externos
212 e internos. Entre os fatores externos, destacam-se a quantidade de alimentos ingeridos, a
213 frequência das refeições, os padrões alimentares inadequados, a inatividade física, a
214 exposição a ambientes obesogênicos, as adversidades socioeconômicas e o marketing de
215 alimentos. Já entre os fatores internos, incluem-se as doenças monogênicas, as síndromes
216 genéticas, as heranças poligênicas e o desmame precoce (WHO, 2025; SAHOO *et al.*,
217 2015; SANT'ANNA; ARAÚJO, 2024).

218 O diagnóstico da obesidade baseia-se na anamnese, englobando hábitos
219 alimentares, dados clínicos, exames laboratoriais e avaliação antropométrica, como
220 cálculo do índice de Massa Corporal (IMC). Em crianças menores de 5 anos, o excesso
221 de peso é definido por valores acima de dois-desvios-padrão e a obesidade por valores
222 acima de três desvios-padrão em relação à mediana dos Padrões de Crescimento Infantil
223 da Organização Mundial da Saúde (OMS). Para indivíduos de 5 a 19 anos, o excesso de
224 peso corresponde ao IMC para idade acima de um desvio-padrão e a obesidade, acima de
225 dois (WHO, 2025).

226 Com o crescente aumento de casos de sobrepeso entre crianças e adolescentes,
227 observa-se também uma elevação na incidência de comorbidades associadas a essa
228 condição (REIS; VASCONCELOS; BARROS, 2011). Desse modo, o diagnóstico precoce
229 do excesso de peso é fundamental para recolher e tratar a obesidade da forma mais
230 adequada, tornando-se essencial para a promoção da saúde integral e para prevenção de
231 alterações metabólicas e psicológicas significativas (DASH *et al.*, 2025; WHO, 2025).

232 Como consequência do excesso de peso na infância temos um aumento na
233 prevalência de complicações relacionadas a patologia como Diabetes Mellitus tipo 2
234 (DM2), Doença Hepática Gordurosa Não Alcoólica (DHGNA), HAS, hipertensão
235 intracraniana, asma, colesterol alto, aterosclerose coronariana, síndrome metabólica,
236 Síndrome do Ovário Policístico (SOP), Apneia Obstrutiva do Sono (AOS), doenças
237 degenerativas das articulações, epifisiólise femoral, problema psicológicos, doenças
238 renais cônicas, câncer, comorbidades dermatológicas, entre outras (KARNIK;
239 KANEKAR, 2012; PRICE *et al.*, 2018; WHO, 2025).

A intervenção precoce na obesidade infantil é fundamental para mitigar seus impactos na saúde e no bem-estar. A identificação dos fatores de risco e o fortalecimento da vigilância nutricional permitem intervenções oportunas, orientando políticas públicas e estratégias preventivas mais eficazes para o controle das patologias e do sobrepeso.

A influência dos meios de comunicação nos hábitos alimentares de crianças e adolescentes

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) de 2023 revelou que 92,5% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet (BRASIL, 2023a). Neste contexto, a ampla presença de anúncios na vida cotidiana, aliada ao aumento do tempo de tela, intensifica significativamente a exposição da população à publicidade de alimentos (TRAPP *et al.*, 2021; GUO; PHUNG; CHU, 2021).

Nesse contexto, o marketing de alimentos amplamente disseminado nos meios de comunicação e em diferentes espaços social é capaz de exercer influência direta sobre as escolhas alimentares, comportamento alimentar e o estilo de vida dos indivíduos, com impacto mais expressivo entre crianças e adolescentes, públicos especialmente suscetíveis às estratégias persuasivas adotadas pela indústria alimentícia para a promoção e comercialização de seus produtos (RAINE *et al.*, 2013; BRASIL, 2023b).

É notório o aumento expressivo do uso de mídias por crianças e adolescentes, com a substituição gradual da televisão aberta por plataformas de *streaming*, como YouTube®, Disney+®, Netflix® e HBOMAX®. Diante dessa transição, a indústria alimentícia tem direcionado seus investimentos publicitários para o ambiente digital, valendo-se de ferramentas analíticas e metadados para segmentar e personalizar o conteúdo. Tal dinâmica dificulta a fiscalização e controle da exposição infantil e adolescentes a esse tipo de conteúdo (PAUZÉ; REMEDIOS; KENT, 2021; POWELL; HARRIS; FOX, 2013).

Assim sendo, as marcas adotam estratégias publicitárias que associam seus produtos a figuras populares, como artistas, esportistas e personagens de desenhos animados, amplamente admirados por crianças e adolescentes. Frequentemente, essas campanhas são acompanhadas por descontos, brindes, promoções e outras formas de incentivo ao consumo. Por outro lado, as empresas que geralmente promovem este

bombardeamento de publicidades são aquelas que comercializam alimentos ultraprocessados, caracterizados pelo alto teor de óleos, gorduras hidrogenadas, açúcar invertido, amido modificado, corantes, aromatizantes, realçadores de sabor e diversos aditivos químicos. Ademais, os pontos de vendas desses produtos – como redes de *fast food* e lanchonetes – estão amplamente distribuídas em supermercados, shopping centers, terminais rodoviários e áreas centrais da cidade, muitas vezes, próximos a instituições de ensino, o que amplia a exposição e acesso do público infantil e juvenil a esses alimentos (BRASIL, 2020a; BRASIL, 2014a, LONGACRE *et al.*, 2015; LIVINGSTONE *et al.*, 2025).

As crianças são fortemente influenciadas pelas técnicas de *marketing* de alimentos, que utiliza artifícios emocionais e afetivos por meio de estratégias como o uso de personagens de desenhos animados, jogos, apresentadores de desenhos infantis, brincadeiras e a oferta de brindes como brinquedos e guloseimas. Além disso, essas propagandas costumam empregar uma linguagem simples, músicas envolventes e cores vibrantes para atrair a atenção e estimular o consumo de determinados produtos (HENRIQUES *et al.*, 2012; BRASIL; OPAS, 2016).

No caso dos adolescentes, a influência dos pais tende a diminuir nessa fase, enquanto a opinião dos pares ganha cada vez mais importância. Além disso, os adolescentes costumam preferir alimentos não saudáveis por serem considerados mais saborosos, modernos e visualmente atrativos. Dessa forma, a aparência estética promovida pelas mídias exerce grande influência na escolha de alimentos e bebidas ultraprocessadas. É notório também a presença da cultura do consumismo, na qual as marcas e o status que elas representam têm papel significativo nas escolhas alimentares (DIXON *et al.*, 2018; GELL; PEJKOVIS; HEISS, 2023; MUKANU *et al.*, 2022).

Ademais, os pais representam um público-alvo altamente estratégico para a indústria alimentícia, devido ao seu poder de decisão e de compra. Assim, torna-se evidente o esforço das empresas em associar produtos ultraprocessados à ideia de crescimento, desenvolvimento e bem-estar infantil, podendo induzir pais e cuidadores a acreditarem que esses alimentos são saudáveis e podem ser consumidos livremente, utilizando a publicidade de forma persuasiva e emocional para estimular o consumo e fidelizar o público (CHUNG *et al.*, 2024).

Assim, a publicidade de alimentos direcionada a criança e ao adolescente explora recursos emocionais para influenciar suas escolhas alimentares aproveitando-se de sua vulnerabilidade. Nesse cenário, a atuação dos pais e responsáveis é essencial, pois a mediação e acompanhamento podem minimizar os efeitos do marketing e favorecer a formação de comportamentos alimentares mais equilibrados e autônomos.

Impacto da publicidade de alimentos e consequências para vida adulta

Os hábitos alimentares adquiridos na infância e adolescência tendem a acompanhar o indivíduo ao longo da vida adulta, visto que o uso dos meios de comunicação tem início cada vez mais cedo, o contato precoce com aparelhos eletrônicos pode influenciar as preferências por alimentos de alto teor energético. Esse padrão de consumo não se restringe a uma fase específica, mas tende a se perpetuar da infância até a velhice, resultando em consequências significativas, como o desenvolvimento de patologias, além de impactos na vida social, na saúde mental e na economia (BRASIL, 2022; DERKS *et al.*, 2018; NG *et al.*, 2014).

Além disso, o indivíduo tende a crescer desenvolvendo e naturalizando um comportamento compulsivo de consumo excessivo e desequilibrado — não apenas de alimentos, mas também de outros produtos — como forma de suprir insatisfações internas e de se adequar aos padrões sociais impostos. Nesse contexto, a publicidade exacerbada influencia diretamente seus hábitos de compra e consumo, enquanto a mídia, por meio de seus diversos canais, continua a reforçar padrões alimentares inadequados, com impactos negativos sobre a saúde física e psicológica da população (ALHOTHALI; ALJEFREE, 2023).

A principal consequência do impacto do *marketing* de alimentos é a obesidade. Segundo Camargos *et al.* (2019), crianças com IMC elevado têm maior probabilidade de manter o excesso de peso ao longo da vida. Esse quadro está associado ao surgimento de DCNTs, como alterações na glicemia, triglicerídeos e colesterol elevado, além da elevação da pressão arterial resultantes do consumo excessivo de alimentos ricos em gorduras, açúcares e sódio — frequentemente promovidos pela indústria alimentícia (PAIVA *et al.*, 2018).

A obesidade também acarreta consequências significativas para a vida social do indivíduo, como a redução da produtividade e da qualidade de vida. Em decorrência disso, é comum que ocorra um processo de exclusão social, que pode comprometer o bem-estar emocional e desencadear quadros de ansiedade, depressão e até pânico social. Além disso, a pessoa com obesidade frequentemente é alvo de estigmas que se iniciam ainda na infância, como o preconceito, o bullying e a discriminação — fatores que podem gerar profundas repercussões ao longo da vida (LINDBERG *et al.*, 2020; BRASIL, 2022).

Outrossim, a obesidade e as DCNTs representam um impacto significativo na economia do país, com custos associados à área médica, além de despesas indiretas e sociais. Nesse contexto, a exposição intensa às propagandas de alimentos configura-se como um fator de risco relevante para o desenvolvimento da obesidade (LINDBERG *et al.*, 2020, MIYASWAKI *et al.*, 2021). Ademais, o sedentarismo, intensificado pelo aumento do tempo de tela, agrava os riscos cardiometabólicos (HANSEN *et al.*, 2018).

Publicidade de alimentos: legislações vigentes no Brasil

A regulamentação da publicidade tem como objetivo promover a saúde e prevenir doenças, conscientizando a população sobre a importância de uma alimentação saudável. Além disso, busca limitar a influência dos setores comerciais e proteger a sociedade contra práticas abusivas provenientes do mercado privado (BRASIL, 2020; HENRIQUES *et al.*, 2012).

A Promoção da Alimentação Adequada e Saudável (PAAS) integra as políticas do governo federal brasileiro e tem como intuito fomentar a educação alimentar e nutricional, fortalecer os sistemas produtivos de base agroecológicas, incentivar a agricultura familiar, ampliar a acessibilidade alimentar, promover os ambientes saudáveis e apoiar ações regulatórias. Dessa forma, busca-se estimular, apoiar e proteger a população, viabilizando a adoção de práticas alimentares mais saudáveis (HENRIQUES *et al.*, 2018; BRASIL, 2014b).

A regulamentação da publicidade de alimentos desempenha função essencial, uma vez que a exposição a apelos comerciais pode influenciar diretamente as escolhas alimentares, especialmente entre o público infantil. No Brasil, essa regulação é respaldada

pela RDC nº 24/2010 da Anvisa, pela Lei nº 14.181/2021 (Marco legal do Superendividamento), pela Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) e pelas diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) para mídias sociais, que visa coibir práticas abusivas de marketing (BRASIL, 2020b).

De acordo com a Resolução RDC Nº 24/2010 da Anvisa, são estabelecidos requisitos mínimos para oferta, propaganda e publicidade de alimentos com altos teores de açúcar, gorduras saturadas, gorduras trans, sódio e bebidas com baixo valor nutricional. Essa regulamentação tem como objetivo coibir práticas abusivas de comunicação mercadológica que possam induzir o público especialmente o infantil a padrões de consumo inadequados, comprometendo a saúde e o direito à alimentação adequada e saudável (ANVISA, 2010).

Assim, o Capítulo III, Art. 12 da resolução determina que as mensagens publicitárias sejam claras, objetivas e verdadeiras, evidenciando seu caráter promocional e incluindo advertências sobre os riscos do consumo excessivo de determinados nutrientes, assegurando uma comunicação ética e educativa ao consumidor (ANVISA, 2010; HENRIQUES *et al.*, 2018).

O Marco Legal da Superendividamento, instituído pela Lei nº 14.181/2021, reforça os princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor (CDC) ao ampliar a proteção contra práticas comerciais abusivas. A legislação estabelece que toda forma de comunicação comercial que explore a fragilidades emocionais, cognitivas ou econômicas do consumidor é abusiva. Isso inclui campanhas que incentivem o consumo impulsivo, promovam comportamentos prejudiciais à saúde ou reforcem percepções distorcidas de necessidades e bem-estar (BRASIL, 2021c).

A Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) dispõe sobre a abusividade da publicidade e comunicação mercadológica voltada ao público infantil e adolescentes alinhando-se ao Plano Decenal dos Direitos Humanos de Crianças e Adolescentes, que visa fortalecer a proteção deste grupo diante das violações potencializadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (NORMA FEDERAL, 2014).

Ademais, em seu Art. 2º, a referida resolução estabelece define como abusiva qualquer prática de marketing voltada a persuadir crianças e adolescentes ao consumo de produtos ou serviços por meio de elementos como linguagem infantil, cores chamativas, músicas, personagens ou distribuição de brindes e prêmios. Tais estratégias, muitas vezes sutis e disfarças em conteúdos lúdicos, exploram lacunas legais e mantêm o público infantil exposto a estímulos de consumo, reduzindo a eficácia das medidas regulatórias de proteção (NORMA FEDERAL, 2014; TEDSTONE; BELL; BRAYLEY; WALL, 2022).

O Art. 3º do CONANDA estabelece que a comunicação comercial dirigida a adolescentes deve respeitar sua dignidade, crenças, valores, considerando sua condição de pessoa em desenvolvimento. É vedada qualquer prática que estimule discriminação, violência, atividades ilegais ou sentimentos de inferioridade pelo não consumo do produto. Além disso, o conteúdo publicitário deve apresentar o produto ou serviço de forma clara e adequada ao público-alvo (NORMA FEDERAL, 2014).

A Resolução também traz sobre a proibição da comercialização e publicidade de alimentos dentro das instituições de ensino que vão desde creches a escolas de ensino médio, logo ela afirma que é estritamente ilegítimo a comunicação mercadológica em uniformes escolares ou materiais didáticos, além da venda em cantinas e ofertar estes alimentos na merenda escolar (NORMA FEDERAL, 2014).

O Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) estabelece normas éticas para publicidade de produtos no país. No capítulo II, Anexo H – Alimentos, Refrigerantes, Sucos e Bebidas Assemelhadas – o código define diretrizes sobre o uso de personagens animados em comerciais, exigindo a distinção clara entre o conteúdo publicitário e programação infantil. Também orienta que sejam evitadas mensagens que estimulem o consumo excessivo ou contradizem recomendações de saúde e nutrição (CONAR, 2024).

Dessa forma, a regulamentação das propagandas contribui para a construção de ambientes alimentares mais justos e equilibrados, fortalecendo o direito à informação e ao consumo consciente especialmente de crianças e adolescentes.

Educação alimentar e nutricional: redução de impactos

425

426 Segundo o Marco de Referência de Educação Alimentar e Nutricional para as
427 Políticas Públicas (BRASIL, 2012), Educação Alimentar e Nutricional (EAN) consiste
428 em:

Campo de conhecimento e de prática contínua e permanente, transdisciplinar e multiprofissional que visa promover a prática autônoma e voluntária de hábitos alimentares saudáveis. A prática da EAN deve fazer uso de abordagens e recursos educacionais problematizadores e ativos que favoreçam o diálogo junto a indivíduos e grupos populacionais (BRASIL, 2012).

429 A EAN é uma estratégia para prevenção e o controle dos problemas alimentares e
430 nutricionais atuais. Seus objetivos incluem a promoção da alimentação saudável e
431 sustentável, o combate ao desperdício, a valorização da cultura alimentar e a prevenção
432 das DCNTs e deficiências nutricionais. No contexto escolar, sua implementação é
433 essencial, pois contribui para a formação de hábitos alimentares durante o
434 desenvolvimento físico e cognitivo dos indivíduos (BRASIL, 2024; CUNHA;
435 CAVALCANTE, 2022).

436 Neste contexto escolar é fundamental vencer o obstáculo da publicidade de
437 alimentos, sendo que Educação Alimentar e Nutricional entra como instrumento para
438 formação de práticas alimentares saudáveis, promovendo a autonomia
439 alimentar e utilizando como recursos atividades como brincar, cantar, correr,
440 dançar, estimulando o desenvolvimento motor e social, como consequência
441 enfraquecendo os fatores de riscos do processo saúde-doença e estimulando a promoção
442 da saúde (BRASIL, 2023; VELOSO; ALMEIDA, 2022).

443 As atividades têm como objetivo educar para o autocuidado de forma contínua
444 promovendo autonomia, a participação crítica e consciência individual em relação à
445 saúde e à alimentação. Nesse sentido, o desenvolvimento de ferramentas educacionais
446 eficazes que apoiem a aprendizagem em nutrição é fundamental para prevenir e reduzir
447 a incidência de doenças crônicas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida
448 (CFN, 2018; MARTOS *et al.*, 2021).

449 Dessa forma, a formação de hábitos alimentares saudáveis desde a infância
450 constitui um investimento essencial para a saúde ao longo de toda a vida. Incentivar uma
451 alimentação nos primeiros anos favorece o bem-estar e a qualidade de vida no futuro.

452 Nesse sentido, a EAN desempenha um papel essencial, ao estimular o senso crítico deste
 453 público frente às propagandas abusivas de alimentos, orientar escolhas mais conscientes
 454 e fortalecer a autonomia alimentar de crianças e adolescentes.

455 O Quadro 1 expõe informações que demonstram uma notável atenção voltada à
 456 investigação dos padrões alimentares de crianças e adolescentes no Brasil. Essa
 457 preocupação revela o intuito de embasar ações e estratégias futuras que promovam a
 458 adoção de hábitos mais equilibrados, visando alterar o cenário identificado e favorecer
 459 melhores condições de saúde e nutrição entre este público.

460 **Quadro 1 – Resumo das publicações analisadas.**

Autor(es)/ ano	Título	Objetivo	Metodologia	Resultados
ALHOTH ALI; ALJEFRE E, 2023	Satisfações buscadas e percepções de jovens adultos em relação à publicidade de alimentos feita por influenciadores nas mídias sociais: uma abordagem qualitativa	O estudo teve como objetivo analisar a relação de jovens adultos com influenciadores digitais e com as propagandas de alimentos.	O estudo qualitativo, realizado com 17 estudantes de Jeddah, utilizou entrevistas e análise temática de acordo com as diretrizes do COREQ.	O estudo identificou sete motivações para seguir influenciadores e três percepções sobre as propagandas de alimentos: repetitivas, autênticas e não saudáveis.
BATISTA FILHO; RISSIN, 2023	A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais	Compreender os dados de cinética temporal, geográfica e social da situação nutricional do país e suas mudanças.	Realizou-se a análise da transição nutricional do Brasil a partir da revisão de três estudos transversais realizados nas décadas de 70, 80 e 90.	Descrever a evolução do estado nutricional da população brasileira segundo macrorregiões e distribuição social, analisando os prováveis fatores das mudanças ocorridas.
CAMRGO S <i>et al.</i> , 2019	Prevalência de sobrepeso e de obesidade no primeiro ano de vida nas Estratégias Saúde da Família	Verificar a prevalência de sobrepeso e obesidade no primeiro ano de vida entre crianças cadastradas nas ESF de Diamantina (MG).	Estudo transversal com a coleta de peso e estatura obtidos das Cadernetas de Saúde das crianças cadastradas nas ESF.	A prevalência de sobrepeso e obesidade no primeiro ano de vida varia conforme o índice de classificação, sendo influenciada pelo nível socioeconômico e pela faixa etária das crianças.

CHUNG <i>et al.</i> , 2024	Caracterização do marketing direcionado aos pais em alimentos para crianças: uma revisão de escopo	Mapear as evidências atuais sobre o marketing com apelo aos pais.	Revisão de escopo conduzida com as orientações metodológicas do JBL.	Identifica estratégias de marketing em embalagens que influenciam os pais e sugere políticas para proteger a alimentação das crianças.
CUNHA; CAVALC ANTE, 2022	A mídia e os padrões alimentares na infância	Analisar a relação da mídia com os padrões alimentares na infância e sua influência sobre a saúde infantil.	Revisão bibliográfica em bases de dados.	Alimentos ultraprocessados na mídia geram hábitos inadequados e risco à saúde, como obesidade e doenças crônicas.
DASH <i>et al.</i> , 2025	Análise da associação entre o consumo de alimentos ultraprocessados por mães e a obesidade entre crianças: evidências de um estudo transversal na Índia	Avaliar a relação entre o consumo de alimentos ultraprocessados pelas mães e a obesidade infantil na Índia.	Houve a análise de crianças indianas de 0 a 5 anos utilizando escores Z de peso para altura e modelos de regressão logística.	Crianças cujas mães consomem mais alimentos ultraprocessados apresentam maior risco de obesidade infantil, com probabilidade até 1,39 vezes superior, mesmo após o ajuste para outras variáveis.
DERKS <i>et al.</i> , 2018	Comportamento alimentar e composição corporal ao longo da infância: um estudo de coorte prospectivo	Investigar as relações entre o comportamento alimentar e a composição corporal ao longo da infância.	O estudo avaliou o comportamento e a composição corporal de 3.331 crianças entre 4 a 10 anos de idade.	O alto IMC na infância está associado a maior responsividade alimentar e emocional, com efeito mais intenso sobre a massa de gordura corporal.
DIXON <i>et al.</i> , 2017	Patrocínio esportivo infantil comunitário: um experimento online avaliando as respostas das crianças a patrocínios de alimentos não saudáveis versus opções de patrocínio pró-saúde	Investigar as reações das crianças a patrocínios de alimentos não saudáveis e a alternativas saudáveis.	As crianças avaliaram os patrocínios de empresas alimentícias em eventos esportivos por meio de um experimento online na escola.	A promoção de marcas saudáveis aumenta a conscientização e reduz a preferência por alimentos não saudáveis entre as crianças.
GELL; PEJKOVI	Quão (Pouco) saudáveis são os ambientes	Investigar a maneira que os alimentos	Analisou a oferta de alimentos dentro e nos arredores das	Os alimentos oferecidos nas escolas eram

C; HEISS, 2023	alimentares escolares na Áustria? Evidências de grupos focais e ciência cidadã	processados disponíveis dentro e ao redor das escolas influenciam as escolhas alimentares dos adolescentes.	escolas explorou as preferências alimentares dos adolescentes por meio de ciência cidadã e grupos focais.	predominantemente não saudáveis, e as escolhas dos estudantes são influenciados por fatores individuais, sociais e estruturais.
GIESTA; ZOCHE; CORRÊA; BOSA, 2019	Fatores associados à introdução precoce de alimentos ultraprocessados na alimentação de crianças menores de dois anos	Verificar a associação entre fatores maternos e antropométricos e o consumo de alimentos ultraprocessados em crianças de 04 a 24 meses.	Estudo transversal com 300 crianças internadas em hospital terciário e suas mães.	A maioria das crianças recebeu ultraprocessados antes dos 6 meses, fatores maternos, como escolaridade, renda, idade e paridade influenciam esse consumo.
GUO; PHUNG; CHU, 2021	Fatores sociodemográficos, estilo de vida, comportamentais e parentais associados ao consumo de bebidas adoçadas com açúcar em crianças na China	Analisar o consumo de bebidas açucaradas entre crianças na China e os fatores associados.	Dados extraídos do China Health and Nutrition Survey (CHNS – 2004, 2006, 2009 e 2011) para comparar o consumo anual de bebidas açucaradas.	O consumo de bebidas açucaradas entre crianças chinesas aumentou significativamente, sendo influenciado principalmente pelo consumo materno.
HAINES <i>et al.</i> , 2019	Promovendo a alimentação saudável das crianças: declaração de posicionamento	Abordar a alimentação saudável infantil, oferecendo orientações práticas sugerindo áreas para pesquisa futuras.	A colaboração da Nurturing Children's Healthy Feeding, do Instituto Danone baseia-se em evidências epidemiológicas e de intervenções.	A declaração enfoca as práticas alimentares saudáveis para crianças, envolvendo famílias, profissionais e políticas públicas.
HANSEN <i>et al.</i> , 2018	Associações transversais da realocação de tempo entre comportamentos sedentários e ativos sobre fatores de risco cardiometabólicos em jovens: uma análise do Banco de Dados Internacional Acelerômetro Infantil (ICAD)	Avaliar como as mudanças nos níveis de atividade física afetam os riscos cardiometabólicos em jovens.	Avaliou como o tempo gasto em diferentes intensidades de atividade física e em comportamento sedentário se relaciona com o risco cardiometabólico neste grupo.	Substituir 1º minutos de comportamento sedentário por atividades físicas de intensidade moderada vigorosa (AFMV) melhora valores de circunferência da cintura de triglicerídeos.

HENRIQ UES <i>et al.</i> , 2018	Políticas de Saúde e de Segurança Alimentar e Nutricional: Desafios para o controle da obesidade infantil	Analisar as ações de prevenção e de controle da obesidade infantil, especialmente as de PAAS.	Foram analisados todos os documentos que apresentam ações de PAAS no âmbito de saúde e segurança alimentar e nutricional.	A obesidade infantil envolve conflitos entre indústrias e políticas públicas, principalmente sobre publicidade e regulamentação de alimentos não saudáveis.
HENRIQ UES; SALLY; BURLAN DY; BEILER, 2012	Regulamentação da propaganda de alimentos como estratégia para promoção da saúde	Avaliar o conteúdo das propagandas de alimentos veiculadas na televisão e dirigidas a crianças, sob a ótica da regulação.	Gravação da programação de duas emissoras de canal aberto no país, sendo realizada em julho pela decorrência das férias durante 8 dias.	Alimentos divulgados na programação infantil são ricos em gorduras, sódio e calorias, evidenciando riscos à saúde das crianças.
KARNIK; KANEKA R, 2012	Obesidade infantil: uma crise global de saúde pública	Analisar os fatores que contribuem para a obesidade infantil, as intervenções governamentais e os desafios futuros no controle da epidemia.	Revisão bibliográfica buscou evidências acadêmicas no período de 1999 a 2011.	Intervenções escolares que envolvem atividades físicas e educação nutricional são eficazes, mas enfrentam desafios financeiros e estigmatização.
LACERD A; CARMO; SOUZA; SANTOS, 2020	Participação dos alimentos ultraprocessados na dieta de escolares brasileiros e fatores associados	Avaliar a contribuição dos alimentos ultraprocessados (UPF) na dieta de escolares e dos fatores associados.	Estudo transversal com crianças brasileiras avaliou o consumo de alimentos ultraprocessados e os hábitos alimentares.	Crianças obtêm 25% de calorias diárias de alimentos ultraprocessados, como massas, biscoitos e embutidos associados ao hábito de assistir TV.
LINDBER G <i>et al.</i> , 2020	Ansiedade e depressão em crianças e adolescentes com obesidade: um estudo nacional na Suécia	Analisar se a obesidade infantil está associada à ansiedade e depressão, controlando outros fatores de risco.	Estudo sueco comparou crianças com obesidade e um grupo controle quanto ao risco de ansiedade ou depressão ao longo de um período de 3 anos.	A obesidade em crianças e adolescentes aumenta significativamente e o risco de ansiedade e depressão com efeitos mais expressivos quanto fatores de confusão são excluídos.
LIVINGS TONE <i>et al.</i> , 2022	Padrões dietéticos densos em energia, ricos em açúcares livres e gorduras	Analisar como padrões alimentares específicos	Estudo transversal com 625 jovens australianos avaliando os	O padrão alimentar DP-1 caracterizado por alta densidade

	saturadas, e suas associações com a obesidade em jovens adultos	influenciam o sobrepeso e a obesidade em jovens adultos.	padrões alimentares por meio de diários alimentares.	energéticas, açúcares e gorduras saturadas.
LONGACRE <i>et al.</i> , 2015	Toy Story: Associação entre o conhecimento de crianças pequenas sobre brindes de fast food e o consumo desses alimentos	Investigar se o conhecimento das crianças sobre brindes de fast food está associado ao consumo desses alimentos.	Pais de crianças de 3 a 5 anos foram recrutados em clínicas pediátricas para responderem uma pesquisa entre abril de 2013 e março de 2014.	Crianças familiarizadas com os brinquedos do McDonald's têm maior probabilidade de consumir seus produtos.
MAHMOUD <i>et al.</i> , 2021	A influência dos comportamentos e práticas alimentares parentais nos hábitos alimentares das crianças	Investigar como os comportamentos alimentares dos pais influenciam os hábitos alimentares das crianças.	Buscas seriadas na literatura por artigos de interesse entre agosto e dezembro de 2020.	As refeições em família e as práticas parentais moldam os hábitos alimentares das crianças.
MARTINES <i>et al.</i> , 2019	Associação entre assistir TV durante as refeições e o consumo de alimentos ultraprocessados por crianças no Reino Unido	Avaliar associação entre assistir TV durante as refeições e o consumo de alimentos ultraprocessados em crianças de 4 a 10 anos.	Utilização de Pesquisa Nacional de Dieta e Nutrição do Reino Unido (NDNS 2008-2012), obtidos de diários alimentares.	Assistir TV durante as refeições aumenta o consumo de alimentos ultraprocessados entre as crianças.
MARTOS <i>et al.</i> , 2021	Gamificação para a melhoria da dieta, hábitos nutricionais e composição corporal em crianças e adolescentes: uma revisão sistemática e meta-análise	Analisar o efeito de intervenções baseadas em jogos (gamificação) na melhoria dos hábitos nutricionais.	Revisão sistemática e meta-análise.	A gamificação aumenta o consumo de frutas e verduras e melhora o conhecimento nutricional, mas não reduz o IMC.
MIYASWAKI; EVANS; LUCAS; KOBAYASHI, 2021	Relação entre gastos sociais e obesidade infantil em países da OCDE: um estudo ecológico	Analisar os gastos sociais voltados para crianças e a obesidade infantil em países da OCDE.	Estudo ecológico que utilizou dados da OCDE (2000-2015) sobre gastos educacionais e taxas de obesidade infantil.	O aumento dos investimentos em programas sociais para crianças esteve associado à redução da obesidade infantil.
MONTEIRO <i>et al.</i> , 2017	A Década da Nutrição da ONU, a classificação alimentar NOVA e os problemas relacionados ao ultra processamento	Promover ações globais para fortalecer segurança alimentar e a saúde no contexto de Década da Nutrição.	Revisão das iniciativas políticas globais implementadas entre 2016 e 2025, alinhadas à Década da Nutrição (2016-2025).	Os alimentos ultraprocessados prejudicam tanto a saúde quanto o meio ambiente, configurando uma crise global.

MUKAN U; THOW; DELOBE LLE; MCHIZA, 2022	Ambientes alimentar escolar em áreas urbanas da Zâmbia: uma análise qualitativa dos fatores que influenciam as escolhas alimentares dos adolescentes e suas implicações políticas públicas	Identificar áreas específicas para reforma de políticas que promovam ambientes alimentares mais saudáveis.	Foram analisadas 20 discussões em grupos focais com estudantes do 10º de dez escolas secundárias em Lusaka.	Adolescentes consomem alimentos ultraprocessados devido ao custo e à influência social.
NG <i>et al.</i> , 2014	Prevalência global, regional e nacional de sobrepeso e obesidade em crianças e adultos entre 1980 e 2013: uma análise sistemática	Relatar os resultados do estudo Global Burden of Disease 2013 (GBD).	Avaliou 1.769 estudos com dados de altura peso. Modelos estatísticos corrigiram vieses e estimaram a prevalência global.	Entre 1980 e 2013, o sobrepeso e a obesidade aumentaram globalmente em adultos e crianças, tanto em países desenvolvidos quanto em não.
PAIVA <i>et al.</i> , 2018	Obesidade Infantil: análises antropométricas, bioquímicas, alimentares e estilo de vida	Identificar o padrão alimentar em escolares em rede provada e pública comparando resultados.	Estudo quantitativo de campo, desenvolvido em três escolas no período de 2015 a 2016 com 104 crianças.	O estudo apresenta alterações significativas para sobrepeso e obesidade.
PAUZÉ; REMEDIOS; KENT, 2021	Exposição medida de crianças à publicidade de alimentos e bebidas na televisão em um ambiente regulado, maio de 2011 a 2019.	Quantificar a publicidade de alimentos e bebidas na televisão em Montreal (Quebec).	Os anúncios de alimentos foram coletados em 18 canais nos anos de 2011, 2016 e 2019 e analisado a frequência dos anúncios.	Apesar das restrições do Quebec, as crianças são frequentemente expostas às publicidades de alimentos não saudáveis.
POWELL; HARRIS; FOX, 2013	Gastos com marketing de alimentos voltado para jovens: colocando os números em contexto	Interpretar novos dados de gastos no contexto de outras pesquisas sobre práticas de marketing de alimentos direcionados aos jovens.	Avaliação dos relatórios que documentam os gastos com marketing dos alimentos.	O marketing de alimentos impacta negativamente as crianças, exigindo regulações mais rigorosas e maior fiscalização.
PRICE <i>et al.</i> , 2018	Prevalência de obesidade, hipertensão e diabetes, cascata de cuidados na África	Investigar a prevalência de diabetes, sobrepeso, obesidade e	Um estudo no Malawi avaliou os dados por sexo, idade e área.	Alta prevalência de obesidade e DCNTs entre mulheres da área urbana e um

	Subsaariana: um estudo transversal populacional em áreas rurais e urbanas do Malawi	hipertensão e multimorbidade no Malawi.		manejo inadequado das patologias.
RAINE et al., 2013	Restringir o marketing para crianças: consenso sobre intervenções políticas para enfrentar a obesidade	A obesidade representa grandes desafios para a saúde pública e as evidências são contundentes.	A Alberta Policy Coalition realizou uma conferência para discutir os determinantes ambientais da obesidade.	Propor uma lei nacional com mecanismos de fiscalização e penalidades.
REIS; VASCONCELOS; BARROS, 2011	Políticas pública de nutrição para o controle da obesidade infantil	Analisar as políticas públicas de nutrição brasileira no controle da obesidade infantil.	Buscar dados científicos entre janeiro de 1990 a dezembro de 2010.	A atenção primária pode ajudar no tratamento para obesidade infantil.
SAHOO et al., 2015	Obesidade infantil: causas e consequências	Abordar questões-chaves de saúde pública na prevenção da obesidade e doenças crônicas.	Análise organizada e crítica das principais pesquisas e estudos já publicados sobre o tema.	A obesidade infantil pode ser reduzido por meio da alimentação adequada.
SANT'ANNA; ARAÚJO, 2024	Explorando os fatores que influenciam os hábitos alimentar infantil: uma revisão integrativa	Investigar os principais fatores que influenciam no hábito alimentar infantil.	Revisão integrativa.	Existe uma rede complexa de fatores interconectados que podem influenciar o hábito alimentar infantil.
SOUZA; CADETE, 2017	O papel das famílias e da escola na formação de hábitos alimentares saudáveis de crianças escolares	Analisar o papel das famílias e da escola na construção dos hábitos alimentares saudáveis.	Revisão de literária.	A alimentação é um ato que não tem apenas o objetivo de matar a fome, mas oportuniza interações sociais.
TEDSTONE; BELL; BRAYLEY; WALL, 2022	Rumo à regulamentação da publicidade de alimentos?	Determinar se a publicidade de alimentos influenciou as escolhas alimentares.	Revisão narrativa da literatura.	As restrições à publicidade não são suficientes para enfrentar a prevalência da obesidade infantil.
TEIXEIRA; ARAÚJO; GARCIA, 2023	A influência da família e meio social na formação do hábito alimentar do pré-escolar e escolar	Examinar os elementos que exercem influência na formação dos padrões alimentares.	Revisão literária do tipo narrativa.	O perfil alimentar das crianças sofre influência familiar, social e cultural.

TORRES <i>et al.</i> , 2020	Reflexões sobre fatores determinantes dos hábitos alimentares na infância	Traçar estudos sobre os fatores determinantes nas práticas alimentares na infância.	Revisão de literatura.	O comportamento alimentar é multifatorial.
TRAPP <i>et al.</i> , 2021	Exposição de crianças à publicidade externa de alimentos nas proximidades de escolas primárias e secundárias na Austrália.	Quantificar a presença e o conteúdo de anúncios externos de alimentos ao redor de escolas na Austrália Ocidental.	Desenho transversal para registrar os anúncios externos em um raio de 500 metros ao redor das escolas.	A publicidade externa nas proximidades da escola constitui uma fonte potencial frequente a publicidade.
VELOSO; ALMEIDA, 2022	A influência das mídias eletrônicas na construção dos hábitos alimentares: um panorama do comportamento alimentar infantil na era digital e no contexto familiar	Avaliar as intervenções da mídia e a relevância no convívio familiar e na construção de hábitos alimentares.	Revisão bibliográfica.	Propagandas alimentares e o uso de eletrônicos influenciam negativamente o comportamento e a saúde infantil.

461 Fonte: A autora (2025)

462

463 CONCLUSÃO

464

465 A publicidade alimentar direcionada ao público infantil e adolescente no país
466 configura-se como um fator determinante na formação dos hábitos alimentares dessa
467 população, influenciando diretamente nas suas escolhas e preferências alimentares. A
468 análise desse conteúdo revelou um quadro preocupante, no qual a promoção massiva de
469 alimentos ultraprocessados, ricos em açúcares, gorduras, sódio, aditivos e conservantes
470 contribuem para a consolidação precoce de padrões alimentares inadequados. Dessa
471 forma, essa exposição contínua a estratégias publicitárias persuasivas, exploram a
472 vulnerabilidade cognitiva e emocional deste público, potencializando o risco do
473 desenvolvimento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis.

474 Diante deste contexto, torna-se evidente a necessidade premente de políticas
475 públicas rigorosas que regulamentam a publicidade alimentar, restringindo a veiculação
476 de propagandas nocivas e coibindo o uso de técnicas de marketing direcionadas a crianças

e adolescentes. Além disso, a implementação de ações educativas em instituições de ensino e saúde que promovam a conscientização e a educação nutricional é fundamental para fortalecer a capacidade crítica deste público frente às influências das indústrias.

Por fim, destaca-se a importância de uma articulação integrada entre os setores governamental, privado e a sociedade civil, visando à proteção da saúde da geração atual e futuras e à prevenção das DCNTs no Brasil. Logo, somente por meio desses esforços conjuntos será possível mitigar os impactos adversos da publicidade alimentar e promover ambientes alimentares mais saudáveis para crianças e adolescentes.

REFERÊNCIAS

ALHOTHALI, G. T.; ALJEFREE, N. M. Young adults' sought gratifications from, and perceptions of food advertising by, social media influencers: a qualitative approach. **Journal of Health Population and Nutrition**, [Bangladesh], v. 42, n. 103, Sep 2023. DOI: <https://doi.org/10.1186/s41043-023-00449-4>. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10521410/> Acesso em: 18 out. 2025.

ANVISA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução-RDC N° 24, de 15 junho de 2010**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, jun. 2010. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2010/rdc0024_15_06_2010.html. Acesso em: 23 out. 2025.

BATISTA FILHO, M.; RISSIN, A. A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais. **Caderno de Saúde Pública**, [São Paulo], v. 19, n. 1, p. 181-191, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-311X2003000700019>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/r3GLHShDsgtt5JPKBYL7G3x/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 out. 2025.

BRASIL, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Legislação de propaganda**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, out. 2020b. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/fiscalizacao-e-monitoramento/propaganda/legislacao/legislacao>. Acesso em: 22 out. 2025.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **92,5% Domicílios tinham acesso à internet no Brasil**. [Rio de Janeiro, RJ]: IBGE educa, 2023a. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/21581-informacoes-atualizadas->

514 sobre-tecnologias-da-informacao-e-
515 comunicacao.html#:~:text=Em%202023%2C%2072%2C5%20milh%C3%B5es%20de
516 %20domic%C3%ADlios%20tinham%20acesso,e%20nas%20%C3%A1reas%20rurais%
517 2C%20de%2078%2C1%25%20para%2081%2C0%25. Acesso em: 16 out. 2025.

518

519 BRASIL, Marco Legal da Superendividamento. **Lei 14.181, de 1º de julho de 2021.**
520 Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2021c. Disponível em:
521 https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm. Acesso em:
522 24 out. 2025.

523

524 BRASIL, Ministério da Saúde. **A influência da publicidade nas escolhas alimentares.**
525 [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, jan. 2023b. Disponível
526 em: [https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-melhor/noticias/2023/a-influencia-da-publicidade-nas-escolhas-alimentares)
527 [melhor/noticias/2023/a-influencia-da-publicidade-nas-escolhas-alimentares](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-melhor/noticias/2023/a-influencia-da-publicidade-nas-escolhas-alimentares). Acesso
528 em: 16 out. 2025.

529

530 BRASIL, Ministério da Saúde. **Cenário das doenças crônicas não**
531 **transmissíveis.** [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, 2023c. Disponível
532 em: [https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/svsa/vigitel/fact-](https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/svsa/vigitel/fact-sheet-cenario-das-doencas-cronicas-nao-transmissiveis-vigitel)
533 [sheet-cenario-das-doencas-cronicas-nao-transmissiveis-vigitel](https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/svsa/vigitel/fact-sheet-cenario-das-doencas-cronicas-nao-transmissiveis-vigitel). Acesso em: 28 out.
534 2025.

535

536 BRASIL, Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para a População Brasileira.**
537 [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, 2014a. Disponível
538 em: [https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/publicacoes-para-promocao-](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/publicacoes-para-promocao-saude/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf)
539 [saude/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/publicacoes-para-promocao-saude/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf). Acesso em: 16 out. 2025.

540

541 BRASIL, Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para Crianças Brasileiras Menores**
542 **de 2 Anos.** [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, 2019. Disponível
543 em: [https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-melhor/Documentos/pdf/guia-alimentar-para-criancas-brasileiras-menores-de-2-anos.pdf)
544 [melhor/Documentos/pdf/guia-alimentar-para-criancas-brasileiras-menores-de-2-](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-melhor/Documentos/pdf/guia-alimentar-para-criancas-brasileiras-menores-de-2-anos.pdf)
545 [anos.pdf](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-me-alimentar-melhor/Documentos/pdf/guia-alimentar-para-criancas-brasileiras-menores-de-2-anos.pdf). Acesso em: 12 out. 2025.

546

547 BRASIL, Ministério da Saúde. **Obesidade infantil afeta 3,1 milhões de crianças**
548 **menores de 10 anos no Brasil.** [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, jun. 2021a.
549 Disponível em: [https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2021/junho/obesidade-](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2021/junho/obesidade-infantil-afeta-3-1-milhoes-de-criancas-menores-de-10-anos-no-brasil#:~:text=A%20estimativa%20%C3%A9%20que%206%2C4%20milh%C3%B5es%20de%20crian%C3%A7as,pode%20trazer%20consequ%C3%AAscias%20preocupan)
550 [infantil-afeta-3-1-milhoes-de-criancas-menores-de-10-anos-no-](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2021/junho/obesidade-infantil-afeta-3-1-milhoes-de-criancas-menores-de-10-anos-no-brasil#:~:text=A%20estimativa%20%C3%A9%20que%206%2C4%20milh%C3%B5es%20de%20crian%C3%A7as,pode%20trazer%20consequ%C3%AAscias%20preocupan)
551 [brasil#:~:text=A%20estimativa%20%C3%A9%20que%206%2C4%20milh%C3%B5es](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2021/junho/obesidade-infantil-afeta-3-1-milhoes-de-criancas-menores-de-10-anos-no-brasil#:~:text=A%20estimativa%20%C3%A9%20que%206%2C4%20milh%C3%B5es%20de%20crian%C3%A7as,pode%20trazer%20consequ%C3%AAscias%20preocupan)
552 [%20de%20crian%C3%A7as,pode%20trazer%20consequ%C3%AAscias%20preocupan](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2021/junho/obesidade-infantil-afeta-3-1-milhoes-de-criancas-menores-de-10-anos-no-brasil#:~:text=A%20estimativa%20%C3%A9%20que%206%2C4%20milh%C3%B5es%20de%20crian%C3%A7as,pode%20trazer%20consequ%C3%AAscias%20preocupan)
553 [tes%20ao%20longo%20da%20vida](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2021/junho/obesidade-infantil-afeta-3-1-milhoes-de-criancas-menores-de-10-anos-no-brasil#:~:text=A%20estimativa%20%C3%A9%20que%206%2C4%20milh%C3%B5es%20de%20crian%C3%A7as,pode%20trazer%20consequ%C3%AAscias%20preocupan). Acesso em: 15 out. 2025.

554

BRASIL, Ministério da Saúde. **O impacto da obesidade**. [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, jun. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/eu-quero-ter-peso-saudavel/noticias/2022/o-impacto-da-obesidade>. Acesso em: 18 out. 2025.

BRASIL, Ministério da Saúde. **Portaria N° 2.446, de 11 de novembro de 2014**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, nov. 2014b. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2014/prt2446_11_11_2014.html. Acesso em: 22 out. 2025.

BRASIL, Ministério da Saúde. **Publicidade de Alimentos**. [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, set. 2020a. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/saps/promocao-da-saude/controle-e-regulacao-dos-alimentos/publicidade-de-alimentos#:~:text=A%20regulamenta%C3%A7%C3%A3o%20da%20publicidade%20de%20propagandas%20tem%20como,e%20o%20alcance%20da%20seguran%C3%A7a%20alimentar%20e%20nutricional>. Acesso em: 22 out. 2025.

BRASIL, Ministério da Saúde. **SUS diagnosticou sobrepeso e obesidade em quase 1,4 milhão de adolescentes**. [Brasília, DF]:, Ministério da Saúde, jun. 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/outubro/sus-diagnosticou-sobrepeso-e-obesidade-em-quase-1-4-milhao-de-adolescentes>. Acesso em: 15 out. 2025.

BRASIL, Ministério da Saúde; OPAS, Organização Pan-Americana da Saúde. **Perspectivas e desafios no cuidado às pessoas com obesidade no SUS: resultados do laboratório de inovação no manejo da obesidade nas redes de atenção à saúde**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2016. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/perspectivas_desafios_cuidado_pessoas_obesidade_sus.pdf. Acesso em: 17 out. 2025.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Educação Alimentar e Nutricional**. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mds/pt-br/caisan/educacao-alimentar-e-nutricional>. Acesso em: 20 out. 2025.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Marco de Referência de Educação Alimentar e Nutricional para as Políticas Públicas**. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, 2012. Disponível em: https://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/seguranca_alimentar/marco_EAN.pdf. Acesso em: 20 out. 2025.

597 CAMARGOS, A. C. N.; AZEVEDO, B. N. S.; SILVA, D.; MENDONÇA, V. A.;
 598 LACERDA, A. C. R. Prevalência de sobrepeso e obesidade no primeiro ano de vida nas
 599 Estratégias Saúde da Família. **Caderno de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 1,
 600 p. 32-38, jan./mar. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1414-462X201900010010>.
 601 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadsc/a/3dLK83q7cd9r4cjFP35gJjM/#>. Acesso
 602 em: 18 out. 2025.

603

604 CFN, Conselho Federal de Nutricionistas. **Princípios e Práticas para Educação**
 605 **Alimentar e Nutricional**. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Social, 2018.
 606 Disponível em: [https://www.cfn.org.br/wp-](https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/08/CADERNO_EAN_semmarca.pdf)
 607 [content/uploads/2018/08/CADERNO_EAN_semmarca.pdf](https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/08/CADERNO_EAN_semmarca.pdf). Acesso em: 21 out. 2025.

608

609 CHUNG, A.; HATZIKIRIAKIDIS, K.; MARTINO, F.;
 610 SKOUTERIS, H. Characterising Parent-Appeal Marketing on Foods for Children: A
 611 Scoping Review. **Current Nutrition Reports**, [United States], n. 13, v. 3, p. 393-398,
 612 Jun. 2024. DOI: [https://doi.org/10.1007/s13668-024-00559-](https://doi.org/10.1007/s13668-024-00559-3)
 613 [3](https://doi.org/10.1007/s13668-024-00559-3). Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11327212/>. Acesso em: 17
 614 out. 2025.

615

616 CONAR, Conselho de Autorregulamentação Publicitária. **Código Brasileiro de**
 617 **Autorregulamentação Publicitária**. São Paulo, SP: CONAR, 2024. Disponível
 618 em: <http://www.conar.org.br/pdf/Codigo-CONAR-2024.pdf>. Acesso em: 24 out. 2025.

619

620 CUNHA, N. V. S.; CAVALCANTE, L. K. S. A mídia e os padrões alimentares na
 621 infância. **Research, Society and Development**, [São Paulo], v. 11, n. 8, p. 1-17, jun.
 622 2022. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i8.30530>. Disponível
 623 em: <https://rsdjournal.org/rsd/article/view/30530/26347>. Acesso em: 12 out. 2025.

624

625 DASH, A.; BALLA, S.; DAS, S.; GOLI, S. Examining the association between
 626 maternal junk food consumption and obesity among children: evidence from a cross-
 627 sectional survey in India. **Journal of Health, Population and Nutrition**,
 628 [Bangladesh], v. 44, n. 191, Jun. 2025. DOI: [https://doi.org/10.1186/s41043-025-00937-](https://doi.org/10.1186/s41043-025-00937-9)
 629 [9](https://doi.org/10.1186/s41043-025-00937-9). Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12143028/>. Acesso em: 15
 630 out. 2025.

631

632 DERKS, I. P. M.; SIJBRANDS, E. J. G.; WAKE, M.; QURESHI, F.; ENDE, J. V. D.;
 633 HILLEGERS, M. H. J.; JADDOE, V. W. V.; TIEMEIER, H.; JANSEN, P. Eating
 634 behavior and body composition across childhood: a prospective cohort
 635 study. **Internacional Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**,
 636 [England], v. 15, n. 96, Oct. 2018. DOI: [https://doi.org/10.1186/s12966-018-0725-](https://doi.org/10.1186/s12966-018-0725-x)
 637 [x](https://doi.org/10.1186/s12966-018-0725-x). Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6167809/>. Acesso em: 18
 638 out. 2025.

639 DIXON, H.; SCULLY, M.; WAKEFIELD, M.; KELLY, B.; PETTIGREW,
640 S. Community junior sport sponsorship: an online experiment assessing children's
641 responses to unhealthy food v. pro-health sponsorship options. **Public Health**
642 **Nutrition**, [England], v. 21, n. 6, p. 1176-1185, Dec. 2017. DOI:
643 <https://doi.org/10.1017/S1368980017003561>. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm.nih.g](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10261063/)
644 [ov/articles/PMC10261063/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10261063/). Acesso em: 17 out. 2025.

645

646 GELL, S.; PEJKOVIC, E.; HEISS, R. How (Un-)Healthy are Austrian school food
647 environments? Evidence from focus groups and citizen science. **Appetite**, [England], v.
648 188, Sep.
649 2023. DOI: 106636. Disponível em: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666323006992?via%3Dihub)
650 [0195666323006992?via%3Dihub](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666323006992?via%3Dihub). Acesso em: 17 out. 2025.

651

652 GUESTA, J. M.; ZOCHÉ, E.; CORRÊA, R. S. BOSA, V. L. Fatores associados à
653 introdução precoce de alimentos ultraprocessados na alimentação de crianças menores
654 de dois anos. **Ciência e Saúde Coletiva**, [Rio de Janeiro], v. 24, n. 7, p. 2387-2397, jul.
655 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232018247.24162017>. Disponível
656 em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/y9yXvSt9sm7J4v5x7q3kZHG/?format=html&lang=pt>
657 . Acesso em: 14 out. 2025.

658

659 GUO, H.; PHUNG, D.; CHU, C. Sociodemographic, lifestyle, behavioral and parental
660 associated with sugar-sweetened beverage consumption in children in China. **Public**
661 **Library of Science**, [United States], v. 16, n. 12, Dec. 2021.
662 DOI: 10.1371/journal.pone.0261199. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articl](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8664181/)
663 [es/PMC8664181/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8664181/). Acesso em: 16 out. 2025.

664

665 HAINES, J.; HAYCRAFT, E.; LYTLE, L.; NICLAUS, S.; KOK, F. J.; MERDJI, M.;
666 FISBERG, M.; MORENO, L. A.; GOULET, O.; HUGHES, S. O. Nurturing Children's
667 Healthy Eating: Position statement. **Appetite**, [England], v. 137, p. 124-133, Jun. 2019.
668 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.02.007>. Disponível em: [https://www.sciencedi](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666318313412?via%3Dihub)
669 [rect.com/science/article/pii/S0195666318313412?via%3Dihub](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666318313412?via%3Dihub). Acesso em: 28 out.
670 2025.

671

672 HANSEN, H. H.; ANDERSSSEN, S. A.; ANDERSEN, L. B.; HILDEBRAND, M.;
673 KOLLE, E.; JOHANNESSEN, J. S.; KRIEMLER, S.; PAGE, A. S.; PUDER, J.;
674 SARDINHA, L. B.; SLUIJS, E. M. F. V.; WEDDERKOPP, N.; EKELUND, U. Cross-
675 sectional Associations of Reallocating Time Between Sedentary and Active Behaviours
676 on Cardiometabolic Risk Factors in Young
677 People: An International Children's Accelerometry Database (ICAD) Analysis. **Sports**
678 **Medicine**, [New Zealand], v. 48, n. 10, p. 2401-2412, Apr. 2018.
679 DOI: [https://doi.org/10.1007/s40279-018-0909-](https://doi.org/10.1007/s40279-018-0909-1)
680 [1](https://doi.org/10.1007/s40279-018-0909-1). Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6132434/>. Acesso em: 18 o
681 [ut](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6132434/). 2025.

682 HENRIQUES, P.; O'DWYER, G.; DIAS, P. C.; BARBOSA, R. M. S.; BURLANDY, L.
683 Políticas de Saúde e de Segurança Alimentar e Nutricional: desafios para o controle da
684 obesidade infantil. **Ciência e Saúde Coletiva**, [Rio de Janeiro], v. 23, n. 12, p. 4143-
685 4152, dez. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-812320182312.34972016>.
686 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/9kPXt8rwxZcfXGWxnYJ7wTh/?lang=pt>.
687 Acesso em: 23 out. 2025.

688

689 HENRIQUES, P.; SALLY, E. O.; BURLANDY, L.; BEILER, R. M. Regulamentação da
690 propaganda de alimentos infantis como estratégia para a promoção da saúde. **Ciência e**
691 **Saúde Coletiva**, [Rio de Janeiro], v. 17, n. 2, p. 481-490, fev. 2012.
692 DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232012000200021>. Disponível
693 em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/dRvPYnysFkWdRzCQCyfPrCr/#>. Acesso em: 17 out.
694 2025.

695

696 KARNIK, S.; KANEKAR, A. Childhood obesity: A
697 Global Public Health Crisis. **International Journal of Preventive Medicine**, [Iran], v.
698 3, n. 1, p. 1-7, Jan. 2012. Disponível em:
699 <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3278864/>. Acesso em: 15 out. 2025.

700

701 LACERDA, A. T.; CARMO, A. S.; SOUSA, T. M.; SANTOS, L.
702 C. Participation of ultra-
703 processed foods in brazilian school children's and associated factores. **Revista Paulista**
704 **de Pediatria**, [São Paulo], v. 38, Jun. 2020. DOI: [https://doi.org/10.1590/1984-](https://doi.org/10.1590/1984-0462/2020/38/2019034)
705 [0462/2020/38/2019034](https://doi.org/10.1590/1984-0462/2020/38/2019034). Disponível
706 em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7274534/>. Acesso em: 28 out. 2025.

707

708 LINDBERG, L.; HAGMAN, E.; DANIELSSON, P.; MARCUS, C.; PERSSON,
709 M. Anxiety and depression in children and adolescents with obesity: a nationwide study
710 in Sweden. **BMC Medicine**, [England], v. 18, n. 30, Mar. 2020.
711 DOI: [https://doi.org/10.1186/s12916-020-1498-](https://doi.org/10.1186/s12916-020-1498-z)
712 [z](https://doi.org/10.1186/s12916-020-1498-z). Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7033939/>. Acesso em: 19
713 out. 2025.

714

715 LIVINGSTONE, K. M.; DHAMU, M. J. S.; PENDERGAST, F.; WORSLEY, A.;
716 BRAYNER, B.; McNAUGHTON, S. A. Energy-dense dietary patterns high in free
717 sugars and saturated fat and associations with obesity in
718 young adults. **European Journal of Nutrition**, [Germany], v. 61, n. 3, p. 1595-1607,
719 Apr. 2022. DOI: [10.1007/s00394-021-](https://doi.org/10.1007/s00394-021-02758)
720 [02758](https://doi.org/10.1007/s00394-021-02758). Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8921009/>. Acesso em:
721 16 out. 2025.

722

723 LONGACRE, M. R.; DRAKE, K. M.; TITUS, L. J.; CLEVELAND, L. P.;
724 LANGELOH, G.; HENDRICKS, K.; DALTON, M. A. A Toy Story: Association

725 between Young Children's Knowledge of Fast Food Toy Premiums and their Fast
 726 Food Consumption. **Appetite**, [England], v. 96, p. 473-480, Oct. 2015.
 727 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.10.006>. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4684735/>. Acesso em: 16 out. 2025.

729

730 MAHMOOD, L.; BARRANTES, P. F.; MORENO, L. A.; MANIOS, Y. GIL, E. M.
 731 G. The Influence of Parental Dietary Behaviors and Practices on Children's Eating
 732 Habits. **Nutrients**, [Switzerland], v. 13, n. 4, May 2021.
 733 DOI: 10.3390/nu13041138. Disponível em: The Influence of Parental Dietary Behaviors
 734 and Practices on Children's Eating Habits - PMC. Acesso em: 12 out. 2025.

735

736 MARTINES, R. M.; MACHADO, P.P.; NERI, D. A.; LEVY, R. B.; RAUBER, F.
 737 Association between watching TV whilst eating and children's consumption
 738 of ultraprocessed foods in United Kingdom. *Maternal e Child*
 739 **Nutrition**, [England], v. 15, n. 4, May 2019.
 740 DOI: <https://doi.org/10.1111/mcn.12819>. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/a](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6859972/)
 741 [rticles/PMC6859972/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6859972/). Acesso em: 28 out. 2025.

742

743 MARTOS, N. S.; LARA, R. A. G.; CABRERA, M. B. M.; GARCÍA, L. A.; BÉJAR, J.
 744 L. R.; FLUENTE, G. A. C.; URQUIZA, J. L. G. Gamification for the Improvement of
 745 Diet, Nutritional Habits, and Body Composition in Children and Adolescents: A
 746 Systematic Review and Meta-Analysis. **Nutrients**, [Switzerland], v. 13, n. 7, Jul. 2021.
 747 DOI: <https://doi.org/10.3390/nu13072478>. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/a](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8308535/)
 748 [rticles/PMC8308535/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8308535/). Acesso em: 21 out. 2025.

749

750 MIYASWAKI, A.; EAVNS, C. E. L.; LUCAS, P. J.; KOBAYASHI, Y. Relationships
 751 between social spending and childhood obesity in OECD countries: an ecological
 752 study. **BMJ Open**, [England], v. 11, n. 2, Feb. 2021.
 753 DOI: [https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-](https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-044205)
 754 [044205](https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-044205). Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7907862/#R3>. Acess
 755 o em: 19 out. 2025.

756

757 MONTEIRO, C. A.; CANNON, G.; MOUBARAC, J. C.; LEVY, R. B.; LOUZADA, M.
 758 L.; JAIME, P. C. The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification and the
 759 trouble with ultra-processing. **Public Health Nutrition**, [England], v. 21. n. 1, p. 5-
 760 17, Mar. 2017.
 761 DOI: <https://doi.org/10.1017/s1368980017000234>. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10261019/)
 762 [.nih.gov/articles/PMC10261019/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10261019/). Acesso em: 29 out. 2025.

763

764 MUKANU, M. M.; THOW, A. M.; DELOBELLE, P.; MCHIZA, Z. J. R. School Food
 765 Environment in Urban Zambia: A Qualitative Analysis of Drivers of Adolescent Food
 766 Choices and Their Policy Implications. **International Journal**
 767 **of Environmental Research and Public Health**, [Switzerland], v. 19, n. 12, Jun. 2022.

768 DOI:
 769 <https://doi.org/10.3390/ijerph19127460>. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/ar](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9224334/)
 770 [ticles/PMC9224334/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9224334/). Acesso em: 17 out. 2025.

771

772 NG, M. *et al.* Global, regional and national prevalence of overweight and obesity in
 773 children and adults 1980-2013: A systematic analysis. **Lancet**, [England], v. 384, n.
 774 9945, p. 766-781, May 2014. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(14\)60460-](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(14)60460-8)
 775 8. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4624264/>. Acesso em: 08
 776 out. 2025.

777

778 NORMA FEDERAL, CONANDA. **Resolução nº 163, de 13 de março de**
 779 **2014**. Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e
 780 de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Brasília,
 781 DF: Diário Oficial da União,
 782 2014c. Disponível em: <https://www.normasbrasil.com.br/norma/?id=268725>. Acesso e
 783 m: 24 out. 2025.

784

785 PAIVA, A. C. T.; COUTO, C. C.; MASSON, A. P.; LEMOS.; MONTEIRO, C. A. S.;
 786 FREITAS, C. F. Obesidade Infantil: análises antropométricas, bioquímicas, alimentares
 787 e estilo de vida. **Revista Cuidarte**, [Colômbia], v. 9, n. 3, p. 2387-99, set./dez. 2018.
 788 DOI: <https://doi.org/10.15649/cuidarte.v9i3.575>. Disponível
 789 em: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2216-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2216-09732018000302387)
 790 [09732018000302387](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2216-09732018000302387). Acesso em: 18 out. 2025.

791

792 PAUZÉ, E.; REMEDIOS L.; KENT,
 793 M.P. Children 's measured exposure to food and Beverage advertising on television in
 794 a regulated environment, May 2011-2019. **Public Health Nutrition**, [Inglaterra], v. 24,
 795 n. 17, p. 5914-5926, Apr. 2021. DOI:
 796 <https://doi.org/10.1017/S1368980021001373>. Disponível em:
 797 <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10195613/>. Acesso em: 16 out. 2025.

798

799 POWELL, L. M.; HARRIS, J. L.; FOX, T. Food Marketing Expenditures Aimed at
 800 Youth Putting the Numbers in Context. **American Journal of Preventive Medicine**,
 801 [Netherlands], v. 45, n. 4, p. 453-461, Oct. 2013.
 802 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2013.06.003>. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3781010/)
 803 [n.nih.gov/articles/PMC3781010/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3781010/). Acesso em: 16 out. 2025.

804

805 PRICE, A.J.; CRAMPIN, A.C.; AMBERBIR, A.; CHIHANA, N. K.; MUSICHA, C.;
 806 TAFATATHA, T.; BRASON, K.; LAWLOR, D. A.; MWAIYEGHELE, E.; NKWAZI,
 807 L.; SMEETH, L.; PEARCE, N.; MUNTHALI, E.; MWAGOMBA, B. M.;
 808 MWANSAMBO, C.; GLYNN, J. R.; JAFFAR, S.; NYIRENDA, M. Prevalence of
 809 obesity, hypertension, and diabetes, and cascade of care in sub-Saharan Africa: a cross-
 810 sectional, population-based study in rural and urban Malawi. **Lancet Diabetes**

811 **Endocrinol**, [England], n. 6, v. 3, p. 208-222, Mar. 2018. DOI: 10.1016/S2213-
812 8587(17)30432-
813 1. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5835666/>. Acesso em: 15
814 out. 2025.

815

816 RAINE, K. D.; LOBSTEIN, T.; LANDON, J.; KENT, M. P.; PELLERIN, S.;
817 CAULFIELD, T.; FINEGOOD, D.; MONGEAU, L.; NEARY, M.; SPENCE, J.
818 C. Restricting marketing to children: consensus on policy interventions to address
819 obesity. **Journal Public Health Policy**, [England], v. 34, n. 2, p. 239-253, May 2013.
820 DOI: 10.1057/jphp.2013.9. Disponível em: [https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3644621/)
821 [644621/](https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3644621/). Acesso em: 16 out. 2025.

822

823 REIS, C. E. G.; VASCONCELOS, I. A. L.; BARROS, J. F. N. Políticas públicas de
824 nutrição para o controle da obesidade infantil. **Revista Paulista de Pediatria**, [Rio de
825 Janeiro], v. 29, n. 4, p. 625-633, 2011. Disponível
826 em: [https://www.scielo.br/j/rpp/a/8KSy3yMP9DV6ZCc6Z5gmkt/?format=html&lang=](https://www.scielo.br/j/rpp/a/8KSy3yMP9DV6ZCc6Z5gmkt/?format=html&lang=pt#:~:text=S%C3%8DNTese%20DOS%20DADOS%3A%20O%20governo%20brasileiro%2C%20nos%20%C3%BAltimos,a%20Regulamenta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Propaganda%20e%20Publicidade%20de%20Alimentos)
827 [pt#:~:text=S%C3%8DNTese%20DOS%20DADOS%3A%20O%20governo%20brasileiro%2C%20nos%20%C3%BAltimos,a%20Regulamenta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Propaganda%20e%20Publicidade%20de%20Alimentos](https://www.scielo.br/j/rpp/a/8KSy3yMP9DV6ZCc6Z5gmkt/?format=html&lang=pt#:~:text=S%C3%8DNTese%20DOS%20DADOS%3A%20O%20governo%20brasileiro%2C%20nos%20%C3%BAltimos,a%20Regulamenta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Propaganda%20e%20Publicidade%20de%20Alimentos). Acesso em: 15 out. 2025.

829

830

831 SAHOO, K.; SAHOO, B.; CHOUDHURY, A. K.; SOFI, N. Y.; KUMAR,
832 R.; BHADORIA, A. S. Childhood obesity: causes and consequences. **Journal of**
833 **Family Medicine and Primary Care**, [India], v. 4, n. 4, p. 187-182, Apr./Jun.2015.
834 DOI: 10.4103/2249-
835 4863.154628. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4408699/>. Ace
836 sso em: 15 out. 2025.

837

838 SANT'ANNA, M. L. P.; ARAÚJO, E. G. Explorando os fatores que influenciam o
839 hábito alimentar infantil: uma revisão de
840 integrativa. **Revista Contribuciones a las ciencias sociales**, São José dos Pinhais, v.
841 17, n. 7, p. 01-18, 2024. DOI: 10.55905/revconv.17n.7-192. Disponível
842 em: [https://www.researchgate.net/publication/382214204_Explorando_os_fatores_que_i](https://www.researchgate.net/publication/382214204_Explorando_os_fatores_que_influenciam_o_habito_alimentar_infantil_uma_revisao_integrativa)
843 [nfluenciam_o_habito_alimentar_infantil_uma_revisao_integrativa](https://www.researchgate.net/publication/382214204_Explorando_os_fatores_que_influenciam_o_habito_alimentar_infantil_uma_revisao_integrativa). Acesso em: 15 out.
844 2025.

845

846 SOUZA, A. A.; CADETE, M. M. M. O papel das famílias e da escola na formação de
847 hábitos alimentares saudáveis de crianças escolares. **Revista Pedagógica**, Chapecó, v.
848 19, n. 40, p. 136-154, jan./abr. 2017.
849 DOI: <https://doi.org/10.22196/rp.v19i40.3747>. Disponível
850 em: <https://pegasus.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/pedagogica/article/view/3747>
851 . Acesso em: 14 out. 2025.

852

853 TEDSTONE, A. E.; BELL, H.; BRAYLEYE, M.; WALL, R. Towards a regulation of
854 food advertising?. **The Proceedings of the Nutrition Society**, [London], v. 81, n. 4, p.
855 265-271, Aug. 2022. DOI:
856 10.1017/S0029665122001926. Disponível em: [https://www.cambridge.org/core/journals/proceedings-of-the-nutrition-society/article/towards-a-regulation-of-food-](https://www.cambridge.org/core/journals/proceedings-of-the-nutrition-society/article/towards-a-regulation-of-food-advertising/CC3BF28B4C58EF98C49C15218D24A1DE)
857 [advertising/CC3BF28B4C58EF98C49C15218D24A1DE](https://www.cambridge.org/core/journals/proceedings-of-the-nutrition-society/article/towards-a-regulation-of-food-advertising/CC3BF28B4C58EF98C49C15218D24A1DE). Acesso em: 23 out. 2025.

859

860 TEIXEIRA, K. M. A.; ARAÚJO, R. F.; GARCIA, P. P. C.
861 A influência da família e meio social na formação do hábito alimentar do pré-escolar
862 e escolar. **Research, Society and Development**, [São Paulo], v. 12, n. 6, jun. 2023.
863 DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v12i6.42202>. Disponível em: View of The influence
864 of the Family and social enviroment on the formation of food habits in preschool nd
865 schoolchildren. Acesso em: 12 out. 2025.

866

867 TORRES, B. L. P. M.; PINTO, S. R. R.; SILVA, B. L. S.; DANTOS, M. D. C.;
868 MOURA, A. C. C.; LUZ, L. C. X.; MELO, M. T. S. M.; CARVALHO, C. M. R.
869 G. Reflexões sobre fatores determinantes dos hábitos alimentares na
870 infância. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 9, p. 66267-66277, set.
871 2020. DOI: 10.34117/bjdv6n9-164. Disponível
872 em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/16295/13324>.
873 Acesso em: 12 out. 2025.

874

875 TRAPP, G.; HOOPER, P.; THORNTON, L.; KENNINGTON, K.; SARTORI, A.;
876 WICKENS, N.; MANDZUFAS, J.; BILINGHAM, W. Children's exposure to outdoor
877 food advertising near primary and secondary schools in Australia. **Health Promotion**
878 **Journal of Australia**, [Australia], v. 33, n. 3, p. 642-648, Aug. 2021.
879 DOI: <https://doi.org/10.1002/hpja.532>. Disponível em: [https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hpja.532?casa_token=fPWfnpKdad0AAAAA%3ACttciszG-](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hpja.532?casa_token=fPWfnpKdad0AAAAA%3ACttciszG-I5p3u_ARZzqFPk4rqowrGIBCI4S2gxyA50794YScFlhRmNjkgvG9r5hCCEtj31r0k0AJuY)
880 [I5p3u_ARZzqFPk4rqowrGIBCI4S2gxyA50794YScFlhRmNjkgvG9r5hCCEtj31r0k0AJ](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hpja.532?casa_token=fPWfnpKdad0AAAAA%3ACttciszG-I5p3u_ARZzqFPk4rqowrGIBCI4S2gxyA50794YScFlhRmNjkgvG9r5hCCEtj31r0k0AJuY)
881 [uY](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hpja.532?casa_token=fPWfnpKdad0AAAAA%3ACttciszG-I5p3u_ARZzqFPk4rqowrGIBCI4S2gxyA50794YScFlhRmNjkgvG9r5hCCEtj31r0k0AJuY). Acesso em: 16 out. 2025.

883

884 VELOSO, M. G. A.; ALMEIDA, S. G. A influência das mídias eletrônicas na
885 construção dos hábitos alimentares na infância: um panorama do comportamento
886 alimentar infantil na era digital e no contexto familiar. **Research,**
887 **Society and Development**, [São Paulo], v. 11, n. 9, p. 1-18, 2022. DOI:
888 <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i9.31285>. Disponível
889 em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/31285>. Acesso em: 28 out. 2025.

890

DIRETRIZ PARA AUTORES DA REVISTA ESCOLHIDA

Submissões

O cadastro no sistema e posterior acesso, por meio de login e senha, são obrigatórios para a submissão de trabalhos, bem como para acompanhar o processo editorial em curso. **Acesso** em uma conta existente ou **Registrar** uma nova conta.

Condições para submissão

Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

- Obrigatório informar, durante a submissão, o nome, endereço eletrônico e filiação de 3 possíveis revisores para avaliação do trabalho. (Anexar em documento suplementar em Word)
- A contribuição é original e inédita, e não está sendo avaliada para publicação por outra revista; caso contrário, deve-se justificar em "Comentários ao editor".
- O arquivo da submissão está em formato Microsoft Word.
- Os autores declaram que o texto utiliza apropriadamente as regras de citação. Além disso, os autores têm ciência de que plágio se configura crime contra a propriedade intelectual (Lei 10.695, de 01 de Julho de 2003).
- O texto segue os padrões de estilo e requisitos bibliográficos descritos em Diretrizes para Autores, na página submissões
- Todos os autores do texto estão incluídos nos metadados da submissão, com as respectivas informações de atuação profissional e formação acadêmica (a informação completa é essencial para a avaliação).

Diretrizes para Autores

****Atenção às novas diretrizes para autores** (04/08/2025)**

Como parte do processo de submissão, os autores devem verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas e rejeitadas.

a) **Artigos originais:** trabalhos inéditos de pesquisa científica com no máximo 25 páginas, incluindo figuras, tabelas, quadros, esquemas, etc.;

- Número máximo de tabelas e figuras: 5.
- Número máximo recomendado de referências: 30.

- b) **Artigos de revisão:** estudo aprofundado sobre um tema específico, uma avaliação crítica e objetiva do estado da arte e a discussão necessária para o avanço do conhecimento sobre o tema. Deverão ter no máximo 35 páginas;
- c) **Artigos de divulgação:** sínteses de conhecimentos disponíveis sobre determinado tema, mediante análise e interpretação de bibliografia pertinente, com no máximo 25 páginas;
- d) **Comunicações breves:** resultados preliminares de pesquisa, com no máximo 15 páginas, incluindo figuras, tabelas e referências;
- e) **Resenhas ou análise crítica de livros:** máximo 5 páginas;
- f) **Relatos de caso:** máximo 20 páginas

Caso os autores optem pelo idioma inglês ou espanhol, deverão enviar, na submissão do manuscrito, uma carta de revisão do idioma emitida por empresa ou profissional habilitado.

PROCESSO DE AVALIAÇÃO

Como é sabido, a publicação de um artigo em revistas científicas depende da avaliação de revisores qualificados para comprovação da qualidade do trabalho em questão. Desta forma, a ReBraM esclarece, a seguir, quais são os passos que ocorrem entre o recebimento e a possível publicação de um artigo:

1ª ETAPA: Os artigos são submetidos à uma avaliação preliminar realizada pelos editores. Nesta etapa, verifica-se a relevância e originalidade do tema, a importância do assunto para publicação na revista, bem como a adequação às normas descritas nas diretrizes para os autores. Esta análise é realizada considerando a ordem cronológica de recebimento dos artigos pela revista. Artigos que não se enquadrem nos parâmetros descritos são devolvidos aos autores para ajustes ou, ainda, uma carta é enviada aos autores informando a não aceitação. Os editores, também nesta etapa, designam os pareceristas para avaliação dos artigos com parecer positivo nesta etapa.

Os artigos podem levar até 3 meses, após a submissão, para serem processados nesta etapa.

2ª ETAPA: Os artigos com parecer positivo na primeira etapa são encaminhados para dois pareceristas (avaliadores ad hoc). Solicita-se que a contribuição dos pareceristas seja realizada brevemente, entretanto, esta segunda etapa costuma ser a mais duradoura das etapas, podendo atingir até 12 meses. Este tempo pode ainda se estender quando houver necessidade de um parecerista adicional, em caso de divergência entre os pareceres.

3ª ETAPA: Os procedimentos realizados nesta etapa são variáveis.

Alguns artigos podem ser aprovados, com base na primeira análise realizada pelos pareceristas e, neste caso, um comunicado de aceite é enviado aos autores. Outros artigos,

apesar de terem seu mérito constatado pelos pareceristas, podem necessitar de ajustes. Neste caso, uma comunicação é enviada aos autores solicitando tais ajustes e adequações. Após serem devolvidos à revista, os artigos são reencaminhados aos pareceristas. A aprovação é condicionada à realização adequada destes ajustes. Neste ponto, é válido salientar que **NÃO HÁ NENHUMA GARANTIA DE APROVAÇÃO DO ARTIGO QUANDO AJUSTES SÃO SOLICITADOS.**

Ainda, existe a possibilidade de um comunicado de não aprovação do trabalho ser enviado aos autores, com base no parecer negativo recebido dos pareceristas. Neste caso, o processo editorial se encerra. O artigo pode permanecer nesta etapa por um período de até 6 meses.

Caso os autores atrasem o envio do artigo com os ajustes, quando solicitado, estes serão desligados do processamento editorial. Em caso de posterior reenvio, o processamento se reinicia pela primeira etapa com dados atualizados da pesquisa.

4ª ETAPA: Os artigos aprovados aguardam diagramação e publicação nas novas edições da revista.

Não há garantia de que os artigos aceitos em um determinado momento serão publicados exatamente na edição posterior. Isto ocorre, pois muitas vezes o número de artigos em espera para publicação é superior ao número de artigos que podem ser publicados em um volume da revista. Além disso, fica à cargo dos editores definir a prioridade de publicação dos artigos, considerando, por exemplo, um tema a ser melhor explorado em uma edição, ou a necessidade de priorizar um determinado artigo devido à urgência científica do momento. Esta etapa pode durar até 12 meses.

Com base no exposto, solicitamos gentilmente que os **AUTORES AGUARDEM OS PERÍODOS DESCRITOS ACIMA** antes de realizarem contato a respeito de informações sobre o andamento do processamento de seu artigo. Contamos com a compreensão dos autores, tendo em vista o longo processamento dos manuscritos, bem como a elevada demanda da revista.

Ainda, informamos que a publicação dos artigos submetidos em 2025 provavelmente ocorrerá somente em 2026.

Os (as) autores (as) que tiverem publicado artigo ou submetido, só poderão submeter novo trabalho depois de haver transcorrido 12 meses da publicação de um trabalho anterior, exceto quando convidado (a) pela Comissão Editorial para elaborar resenhas, editoriais ou comentários específicos. Da mesma forma, se o trabalho submetido for reprovado, só será possível a submissão de um novo artigo transcorridos 12 meses da recusa do trabalho.

PREPARAÇÃO DOS MANUSCRITOS

As submissões dos manuscritos deverão atender aos seguintes critérios:

a) O manuscrito deve ser redigido em português, inglês ou espanhol. O preenchimento da primeira palavra do título se inicia com letra maiúscula, sendo as demais palavras escritas em minúscula, exceção para siglas e iniciais dos nomes próprios que são em maiúscula. Seja qual for o idioma escolhido, o resumo e as palavras-chave devem ser apresentados em português e em inglês;

Abaixo de cada um dos resumos devem ser apresentadas de 3 a 5 palavras-chave, também redigidas em português e em inglês. Elas devem ser redigidas em letras minúsculas e separadas por ponto e vírgula.

b) Os textos deverão ser enviados em arquivo Word (.doc ou .docx), página A4 (margens superior e inferior de 2,5 cm e margens direita e esquerda de 3,0 cm), utilizando fonte Times New Roman, tamanho 12, com espaçamento de 1,5 cm entre as linhas, sendo o texto justificado, e com as linhas numeradas;

c) A página de apresentação do manuscrito deverá conter inicialmente o título do manuscrito;

A identificação de autoria do trabalho foi removida do arquivo e da opção Propriedades no Word, garantindo desta forma o critério de sigilo da revista.

O manuscrito deve ser enviado em DOIS arquivos:

- Primeiro arquivo: Página de Rosto - com as informações dos autores e do autor correspondente (A afiliação deve ser constituída por: instituição por extenso, unidade por extenso, cidade, Estado, país, Lattes e o ORCID*);
- Segundo arquivo: Título (português e inglês), resumo e descritores (português e inglês), artigo completo.

**Para inserir o ORCID em nossa plataforma, basta retirar a letra “s” do protocolo HTTP do link (e.g. <http://orcid.org/XXXX>).*

ATENÇÃO: Não serão aceitos artigos com número superior a 5 autores, exceto com justificativa plausível devido à complexidade do trabalho e volume de experimentos. Não será permitida a adição posterior de outros autores no manuscrito.

d) Na segunda página do arquivo, deverão ser apresentados os resumos redigidos em português (deve aparecer primeiro) e em inglês, cada um deles em um único parágrafo (com no máximo 250 palavras com espaçamento simples entre linhas). O texto deve ser claro e conciso, contendo: breve introdução, objetivo(s), procedimentos metodológicos, resultados e conclusões. Estes tópicos devem aparecer implicitamente, sem menção dos títulos;

e) Na sequência, o trabalho deverá ser apresentado com os seguintes subtítulos:

- Introdução (o último parágrafo deve apresentar os objetivos do estudo)
- Metodologia (ou material e métodos)

- Resultados e discussão (NÃO pode ser dividido em dois subtítulos "Resultados" seguido de "Discussão")
- Conclusão
- Agradecimentos (Opcional)
- Referências

Todas as modalidades de artigos devem se enquadrar nestes moldes, com exceção das resenhas.

f)

- Quadros, figuras (incluindo gráficos e esquemas) e tabelas deverão utilizar o mesmo padrão de letra do texto (ou seja, Times New Roman, tamanho 12). Devem ser numerados sequencialmente (conforme aparecem no texto), em algarismos arábicos. Deverão ser encaminhados no próprio texto, na localização em que se pretende que apareçam na publicação. A respectiva legenda deve ser posicionada acima do quadro, figura ou tabela. A fonte do quadro, figura ou tabela, bem como informações adicionais, devem ser posicionados abaixo delas. As tabelas devem ser enviadas em modo editável.

No corpo do texto, as figuras, tabelas e quadros devem ser referenciados, orientando o leitor sobre qual o momento oportuno para análise destes recursos.

As figuras também devem ser enviadas em arquivos formato jpg e/ou tif, identificadas pelo número (ex. Figura 1), com resolução acima de 300 dpi;

g) Os artigos referentes a pesquisas, envolvendo seres humanos e animais, deverão ser acompanhados de uma cópia do parecer emitido por um Comitê de Ética em Pesquisa aprovando o desenvolvimento da pesquisa;

h) As referências deverão ser indicadas no texto pelo sistema autor-data de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT NBR 6023: 2018), apresentando com letra maiúscula, por exemplo: (SANTOS, 2020). No caso de dois autores terem elaborado o artigo, deve-se utilizar ponto e vírgula para indicá-los; como exemplo citamos (SANTOS; SILVA, 2020), (SANTOS; SILVA, 2020, p. 10). Ainda, quando três pessoas forem responsáveis pela autoria de um trabalho, os três sobrenomes devem ser apresentados, como por exemplo em: (SANTOS; SILVA; CORRÊA, 2020). Finalmente, quando mais de 3 autores forem responsáveis pelo trabalho, apenas o primeiro autor deve ter seu sobrenome redigido por extenso seguido de “*et al.*”, com itálico como neste exemplo: (SANTOS *et al.*, 2020). Na lista de referências, todos os autores devem ser citados e não somente o primeiro autor seguido de “*et al.*”;

i) As citações (NBR 10520/2002) e as referências (NBR 6023/2018) devem obedecer às regras da ABNT;

j) O sistema de chamada das referências das citações diretas ou indiretas adotadas como padrão é autor/data (NBR 10520/2002), sendo as notas de rodapé somente explicativas (NBR 6022/2003);

l) Além do arquivo referente ao manuscrito e dos arquivos das figuras, os autores devem enviar a Carta de Cessão dos Direitos Autorais assinada (anexar em documento suplementar junto com a submissão) **Link** para baixar modelo;

m) Obrigatório informar, durante a submissão, o nome, endereço eletrônico e filiação de 3 possíveis revisores para avaliação do trabalho.

o) Todos os autores do artigo devem ser identificados no ato da submissão. Em NENHUMA hipótese serão acrescentados nomes após o início da avaliação. A inclusão ou exclusão de autores depois da primeira submissão é motivo para rejeição e arquivamento do artigo

A ReBraM ressalta que o atendimento às normas é imprescindível para a continuidade do processo editorial. Portanto, os manuscritos que não estiverem de acordo com as Normas de Publicação serão devolvidos aos autores. Ressaltamos que apenas será possível um trabalho submetido de mesma autoria. A submissão de um novo artigo somente será possível transcorridos 12 meses de sua publicação ou recusa do trabalho.

Os autores devem prestar atenção ao preenchimento correto e completo dos metadados da submissão. Todos os autores devem ser cadastrados, separadamente, no formulário eletrônico de submissão (código ORCID, área de formação, titulação e instituição de atuação profissional). A ausência de tais informações implicará na exclusão direta da submissão. Em nenhuma hipótese serão acrescentados ou retirados autores após a submissão ter sido aceita.

Ainda, informamos que qualquer mudança no status do artigo será informada aos autores, não havendo necessidade de contato prévio. Não há um tempo exato para esta tramitação, pois há dependência da disponibilidade dos pareceristas.

CERTIFIQUE-SE QUE CUMPRIU AS DIRETRIZES E ESTEJA CIENTE DE QUE O NÃO CUMPRIMENTO DE QUALQUER DOS PONTOS ELENCADOS ACIMA IMPLICARÁ NA REJEIÇÃO IMEDIATA DO ARTIGO

As referências completas, a serem apresentadas na lista de referências ao final do artigo, devem ser elaboradas em ordem alfabética, conforme formatos descritos a seguir:

1) LIVRO

SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais. Título em destaque: subtítulo. Edição. Cidade: Editora, ano. Número de volumes ou páginas. (Série). Edição do livro: - se for em português colocar: 2. ed. - se for em inglês colocar: 2nd ed.

2) CAPÍTULO DE LIVRO

SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais dos autores do capítulo (diferente do responsável pelo livro todo) Título do capítulo. *In*: SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais (nome do autor do livro). **Título do livro em destaque**. Edição. Cidade: Editora, ano. volume, capítulo, página inicial-final da parte.

3) ARTIGO DE PERIÓDICO

SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais. Título do artigo. **Título do periódico em destaque (apresentar o título completo do periódico, sem abreviações)**, v., n., p. inicial-final, ano de publicação. Disponível em: <https://retratosdeassentamentos.com/index.php/retratos/submission>. Acesso em: 10 de jan. de 2020.

4) ARTIGO DE JORNAL

SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais. Título do artigo. **Título do jornal em destaque**, cidade de publicação, dia, mês abreviado. Ano. Número ou Título do Caderno, Seção ou Suplemento, p. seguido dos números da página inicial e final, separados entre si por hífen.

5) DISSERTAÇÃO, TESE E MONOGRAFIA

SOBRENOME, Iniciais. **Título em destaque: subtítulo**. Ano de publicação. Número de volumes ou folhas. Categoria (Curso) – Instituição, Cidade da defesa, ano da defesa.

6) EVENTO CIENTÍFICO – CONSIDERADO NO TODO

TÍTULO DO EVENTO, número., ano, cidade de realização. Título da publicação em destaque. Cidade de publicação: Editora, data. Páginas ou volumes.

7) EVENTO CIENTÍFICO – CONSIDERADO EM PARTE (trabalhos apresentados/publicados)

SOBRENOME, Iniciais; SOBRENOME, Iniciais. Título do trabalho: subtítulo. *In*: NOME DO EVENTO, em número, ano, cidade de realização. Título da publicação em destaque. Cidade de publicação. Título do documento (Anais, proceedings, etc. em destaque), local: Editora, ano. Página inicial-final do trabalho.

8) NORMA TÉCNICA

NOME DA ENTIDADE RESPONSÁVEL. **Título da norma em destaque: subtítulo**. Cidade de publicação, ano. Número de páginas.

9) **Nome do documento eletrônico/site**: Disponível em: www... Acesso em: dia mês abreviado. Ano.

Sugerimos que, caso o grupo de pesquisa ou algum dos autores já tenham publicado um artigo previamente na ReBraM, de assunto relacionado, que o utilizem em sua nova publicação, até mesmo como parâmetro de comparação. Neste caso, é indispensável a citação da publicação anterior.

Dica - Como gerar citações com o Google Acadêmico - YouTube

Política de Acesso Livre

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporcionando maior democratização mundial do conhecimento.

Taxas para submissão e publicação de textos

A Revista Brasileira Multidisciplinar - ReBraM , editada pelo Núcleo de Produção Científica (NPC), não cobra nenhuma taxa por textos publicados e tampouco pelos submetidos para avaliação, revisão, publicação, distribuição ou download.

Declaração de Direito Autoral

- O(s) autor(es) autoriza(m) a publicação do artigo na revista;
- O(s) autor(es) garante(m) que a contribuição é original e inédita e que não está em processo de avaliação em outra(s) revista(s);
- A revista não se responsabiliza pelas opiniões, ideias e conceitos emitidos nos textos, por serem de inteira responsabilidade de seu(s) autor(es);
- É reservado aos editores o direito de proceder ajustes textuais e de adequação do artigo às normas da publicação.

Os conteúdos da **Revista Brasileira Multidisciplinar – ReBraM** estão licenciados sob uma Licença Creative Commons 4.0 by.



Qualquer usuário tem direito de:

- **Compartilhar** — copiar, baixar, imprimir ou redistribuir o material em qualquer suporte ou formato.
- **Adaptar** — remixar, transformar, e criar a partir do material para qualquer fim, mesmo que comercial.

De acordo com os seguintes termos:

- **Atribuição** — Você deve dar o crédito apropriado, prover um link para a licença e indicar se mudanças foram feitas. Você deve fazê-lo em qualquer circunstância razoável, mas de maneira alguma que sugira ao licenciante a apoiar você ou o seu uso.
- **Sem restrições adicionais** — Você não pode aplicar termos jurídicos ou medidas de caráter tecnológico que restrinjam legalmente outros de fazerem algo que a licença permita.

Autores concedem à ReBraM os direitos autorais, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença Creative Commons 4.0 by., que permite o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria e publicação inicial nesta revista.

ISSN: 1415-3580

e-ISSN: 2527-2675

Somos afiliados ao Crossref e ABEC



Visitantes





Idioma

- Português (Brasil)
- English
- Español (España)

Palavras-chave



Revista Brasileira Multidisciplinar-ReBraM (e-ISSN: 2527-2675)

Rua: Voluntários da Pátria, 1295 - Centro, Araraquara - SP, 14801-320



As obras deste periódico estão licenciadas com Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional