



PREVALÊNCIA DE CONSUMO DE FAST-FOOD NA ALIMENTAÇÃO DE ADOLESCENTES

Ana Paula Reggiani Santos
Edilceia Domingues do Amaral Ravazzan

Resumo

O aumento do consumo de fast-food e ultraprocessados no Brasil reflete mudanças sociais e hábitos de alimentação fora de casa. Em crianças e adolescentes, esses alimentos representam parte significativa da dieta, trazendo riscos de obesidade, hipertensão, diabetes e dislipidemia. O estudo investigou o consumo de alimentos ultraprocessados, especialmente fast-food, entre 68 adolescentes de 13 a 21 anos. A maioria relatou ingerir fast-food de 1 a 2 vezes por semana, mesmo afirmando consumi-lo “quase nunca”. Os principais fatores associados foram prazer, praticidade, lazer em família e influência de promoções em mídias sociais. Constatou-se ainda relação com renda familiar entre 1 e 3 salários mínimos. Conclui-se que aspectos sociais, econômicos e culturais influenciam diretamente esses hábitos, reforçando a necessidade de políticas públicas e ações educativas para escolhas alimentares mais saudáveis.

Palavras-chave: Fast-food; ultraprocessados; adolescentes; riscos; escolhas alimentares.

Abstract

The increase in fast food and ultra-processed food consumption in Brazil reflects social changes and the habit of eating outside the home. Among children and adolescents, these foods represent a significant part of the diet, posing risks of obesity, hypertension, diabetes, and dyslipidemia. The study investigated the consumption of ultra-processed foods, especially fast food, among 68 adolescents aged 13 to 21 years. Most reported eating fast food 1 to 2 times per week, even though they claimed to consume it “almost never.” The main associated factors were taste, convenience, family leisure, and the influence of promotions on social media. A relationship with family income between 1 and 3 minimum wages was also observed. It is concluded that social, economic, and cultural aspects directly influence these habits, reinforcing the need for public policies and educational actions to promote healthier food choices.

Keywords: Fast food; ultra-processed foods; adolescents; risks; food choices.

INTRODUÇÃO

A discussão sobre fast-food ganha relevância no Brasil na medida em que há uma expansão do hábito de comer fora de casa, principalmente nas grandes cidades. Também cresce o consumo de comida industrializada, inclusive no ambiente doméstico. A consolidação do hábito de realizar refeições fora do domicílio para muitos segmentos populacionais, sobretudo entre os trabalhadores urbanos, vem sendo atestada por vários estudos (GARCIA, 2000 ; GÓES, 2005).

As mudanças dos hábitos alimentares se articulam e acompanham as mudanças sociais em geral, ainda que em contraposição se observe que práticas alimentares tradicionais pela conformação das identidades pessoais, grupais, comunitárias, locais e regionais (CORTI, 1997; DAMATTA, 2004; POULAIN, 2004; RIAL, 1995).

A mudança no padrão alimentar não ocorreu apenas entre a população adulta, estudos têm mostrado que porção significativa do valor energético consumido por crianças e adolescentes provém de alimentos ultraprocessados. Buscando uma facilidade maior pelo fato de os alimentos ultra processados conterem uma quantidade elevada de carboidrato simples e lipídeos onde consequentemente acabam dando uma saciedade, e sensação de nutrição completa, esse consumo podem aumentar o colesterol, triglicerídeos, levando o indivíduo a adquirir doenças como hipertensão, diabetes mellitus, obesidade e dislipidemia. (FRÖHLICH, et.,al 2019)

Desta forma o presente estudo busca identificar a prevalência do consumo de alimentos ultraprocessados entre os adolescentes de 13 a 21 anos, com foco especial no fast-food. Considerando que esse tipo de alimento faz parte do cotidiano de muitos jovens, torna-se relevante compreender a frequência e o impacto desse consumo nos hábitos alimentares dessa faixa etária.

MATERIAL E MÉTODO

O presente estudo, de natureza quantitativa, transversal e descritiva, foi realizado com adolescentes com idades entre 13 e 21 anos. A coleta de dados ocorreu por meio de um questionário estruturado de múltipla escolha, com o propósito de identificar o consumo de alimentos ultraprocessados e fast food, elaborado na plataforma Google Forms e aplicado de forma online, o trabalho foi aprovado pelo CEP sob n. 6.214.637

Inicialmente, foi enviada uma carta-convite acompanhada do link de acesso ao questionário, que foi divulgado em grupos de adolescentes nas redes sociais Instagram e Facebook, visando alcançar um maior número de participantes dentro da faixa etária definida.

O instrumento de coleta abordou aspectos relacionados ao consumo de fast-food entre adolescentes, contemplando variáveis como gênero, idade, número de moradores no domicílio, renda familiar mensal, frequência de consumo, razões e situações que influenciam o consumo, companhia habitual durante as refeições em fast-foods e a influência de promoções divulgadas em mídias sociais.

RESULTADOS E DISCUSSÕES OU REVISÃO DE LITERATURA

O presente estudo foi realizado com dados de 68 adolescentes, sendo os próprios participantes responsáveis por responder ao questionário.

A tabela 1 apresenta dados sociodemográficos dos participantes da pesquisa. Pode-se observar que a maior parte dos avalianos são gênero feminino (64,7%), seguido pela idade de 13 a 18 anos (79,5%), tem o grau de escolaridade do ensino médio completo (60,3%), o convívio familiar é de 4 a 7 pessoas (52,9%), e a renda familiar é de 1 a 3 salários mínimos de R\$ 1.412,00 até R\$ 4.236,00 (50,0%).

Tabela 1. Tabela sociodemográfica dos participantes da pesquisa apresenta dados sobre gênero, idade, escolaridade, pessoas do mesmo convívio domiciliar, renda familiar mensal em Curitiba/2025.

	N	%
Gênero		
Feminino	44	64,7
Masculino	24	35,3
Idade		
13 a 18	54	79,5
19 a 21	8	11,7
Escolaridade		
Ensino fundamental incompleto	6	8,8
Ensino fundamental completo	3	4,4
Ensino médio incompleto	18	26,5
Ensino médio completo	41	60,3
Convívio familiar		
Moro sozinho	1	1,5

PREVALÊNCIA DE CONSUMO DE FAST-FOOD NA ALIMENTAÇÃO DE ADOLESCENTES

1 a 3 pessoas	31	45,6
4 a 7 pessoas	36	52,9
8 a 10 pessoas	1	1,5
Mais de 10 pessoas	0	0
Renda familiar		
Nenhuma renda	0	0
1 salário mínimo	4	5,9
De 1 a 3 salários mínimos	34	50,0
De 3 a 6 salários mínimos	17	25,0
Mais de 6 salários mínimos	13	19,1

Como base para a análise proposta neste artigo, utilizou-se o estudo transversal realizado por Rocha Lima *et al.* (2020), que investigou padrões alimentares de adolescentes em escolas públicas e privadas, com foco no consumo de alimentos ultraprocessados. O estudo fez parte do projeto base Saúde na escola: diagnóstico situacional no ensino médio. Tratou-se de um estudo realizado no ano de 2016 com adolescentes matriculados no ensino médio, na rede pública estadual e particular de ensino do município de Teresina-PI. A amostragem aleatória simples foi utilizada para a seleção das escolas, com estratos por área geográfica, tipo de gestão e porte, em que foram sorteadas uma escola pública e uma particular para área geográfica que corresponde a cada Gerência Regional de Ensino (GRE) e de cada porte (pequeno: até 115 alunos; médio: 116 a 215 alunos; grande: mais de 215 alunos), constituindo um total de 12 escolas públicas e 12 particulares.

A seleção dos adolescentes foi realizada por meio de amostragem probabilística estratificada proporcional. Utilizou-se o programa Epi Info 6.04d (Centers for Disease Control and Prevention, Atlanta, Estados Unidos) para calcular a amostra mínima, partindo do universo de 40.136 estudantes do ensino médio de escolas públicas estaduais e particulares, de acordo com o Censo Escolar de 2014, com o intervalo de confiança de 95%, prevalência de obesidade de 17,1% , precisão de 5%, efeito de desenho de 1,4 e nível de significância de 5%.

A amostra mínima exigida para esse estudo foi de 316 adolescentes. Considerando haver possíveis perdas de casos durante a coleta de dados, sortearam-se 10% a mais da amostra de cada escola, totalizando uma amostra final de 348 adolescentes. A amostra foi distribuída nas escolas sorteadas proporcionalmente ao número de adolescentes por tipo de gestão das escolas e porte. A amostra destinada para cada escola foi distribuída por sorteio proporcional à série, sexo e idade. A seleção dos participantes atendeu aos seguintes critérios de inclusão: adolescentes de 14 a 19 anos de idade, que estivessem devidamente matriculados na instituição de ensino que foi realizado o estudo, cujos estudantes, pais ou responsáveis aceitassem sua participação na pesquisa por meio da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ou Termos de Assentimento Livre e Esclarecido. Foram excluídos do estudo aqueles que não respeitassem o período de jejum, adolescentes grávidas e ainda adolescentes com alguma doença que repercutisse na alimentação.

As informações sobre o consumo alimentar dos adolescentes, foram obtidas mediante aplicação do recordatório alimentar de 24 horas por nutricionistas previamente treinados, feito com base no método multiple pass e reaplicado em 40% da amostra após dois meses para correção da variabilidade intrapessoal, sendo utilizado o software Multiple Source Method (MSM).

Observa-se que o consumo de alimentos ultraprocessados foi maior entre os adolescentes do sexo feminino e aqueles com idade entre 17 a 19 anos, com renda familiar superior a dois salários mínimos e estudantes de escola particular. Nota-se com a análise ajustada, que o sexo feminino manteve-se associado ao consumo de ultraprocessados e que os participantes do estudo com idade entre 17 a 19 anos obtiveram uma ingestão calórica adicional de 0,15% atribuída ao consumo desses alimentos em comparação com participantes entre 14 a 16 anos de idade.

Associações positivas ainda foram observadas entre os adolescentes com renda superior a dois salários mínimos e estudantes de escolas particulares. Observa-se que a energia total da dieta, o teor de carboidrato e a densidade de sódio aumentaram significativamente com a elevação da contribuição de

alimentos ultra processados, enquanto a fração de proteínas totais e fibras alimentares diminuiu com o aumento do consumo de ultraprocessados. Ao controlar as variáveis sexo, idade, tipo de escola e renda familiar, notou-se que as mesmas não modificaram esses resultados.

Observou-se que, alunos de escolas públicas tendem a consumir menos alimentos altamente processados. Em contraposição, discentes de instituições particulares apresentam maior contribuição de alimentos ultraprocessados. Estudos demonstram que alimentos vendidos em lanchonetes comerciais, geralmente encontradas dentro de escolas particulares, apresentam baixo teor nutricional e alto valor energético, enquanto as escolas públicas tem sua política de alimentação voltada a atender os parâmetros regidos pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa Saúde na Escola (PSE) que regem a segurança alimentar e nutricional, além da promoção da alimentação saudável, influenciando em melhores escolhas e hábitos alimentares Considerando os aspectos econômicos, nota-se nesse estudo que os adolescentes com renda familiar inferior a dois salários mínimos tiveram menor consumo de alimentos ultraprocessados. Nos resultados, relataram que os participantes com piores indicadores socioeconômicos (escolaridade, renda e classe social) mostraram menor contribuição calórica de AUP. (ROCHA LIMA *et al.*, 2020).

É importante avaliar o consumo de fast-food em pais e seus filhos pequenos porque os padrões de preferência alimentar são frequentemente definidos cedo na vida das crianças dentro de um contexto familiar (COOKE, 2007; VAN'T RIET *et al.*, 2011). O estresse percebido pelos pais e os estressores parentais incluem desafios específicos relacionados aos cuidados com os filhos, responsabilidades domésticas, emprego dos pais e relacionamentos com parceiros, e manutenção de sua própria saúde e bem-estar.

Maior estresse dos pais está associado à menor disponibilidade de frutas, vegetais e bebidas saudáveis em casa (JANG *et al.*, 2021). O preparo das refeições em casa pode ser particularmente estressante para os pais devido às restrições de tempo e à estrutura caótica da casa (BESHARA *et al.*, 2010). Está

associado à desnutrição infantil e ao ganho de peso (ANDERSON & WHITAKER, 2010), embora as descobertas sejam inconsistentes (BATES *et al.*, 2018).

Os fatores de caos parental e familiar podem ser vistos também dentro da estrutura do modelo de estresse familiar, afirma que os estressores parentais e familiares podem afetar o desenvolvimento infantil e adolescente principalmente por meio do sofrimento psicológico dos pais, problemas de relacionamento interparental/conjugal e parentalidade interrompida (MASARIK & CONGER, 2017).

Na tabela 2 apresenta o comportamento alimentar em relação ao consumo de fast food. Observa-se que a frequência que consome fast food é quase nunca (52,9%), em seguida das razões para ir a um fast food por agradar o paladar (54,4%), a principal situação para ir a um fast food é quando vão sair para comer em algum lugar (77,9%), a melhor companhia para um fast food foi com a família (44,1%), e que são sim influenciados por promoções da mídia social (45,6%), a fréquencia semanal de fast food foi de 1 a 2 vezes (92,6%), e a maioria dos participantes relataram que as vezes consomem comida instantânea em casa (51,5%).

Tabela 2. Comportamento alimentar de participantes da pesquisa, com relação a fréquencia que consomem fast food e consumo de comida instantânea em casa, Curitiba/2025.

Perguntas	N	%
Frequênci que consome fast food		
Frequentemente	15	22,1
Quase sempre	17	25
Quase nunca	36	52,9
Razões para ir ao fast food		
Preço acessível	8	11,8
Falta de tempo	5	7,3
Agradam ao paladar	37	54,4
Rapidez e praticidade	18	26,5
Situações em que vai a um fast food		
Quando estou com pressa	15	22,1

PREVALÊNCIA DE CONSUMO DE FAST-FOOD NA ALIMENTAÇÃO DE ADOLESCENTES

Quando saio para comer em algum lugar	53	77,9
Companhia no fast food		
Sozinho (a)	7	10,3
Com amigos	22	32,4
Com a família	30	44,1
Outros acompanhantes	9	13,2
Influencia por promoções na mídia social		
Sim	31	45,6
Não	12	17,6
As vezes	25	36,8
Frequência semanal de fast food		
1-2 vezes	63	92,6
3-4 vezes	4	5,9
5-6 vezes	1	1,5
7 vezes ou mais	0	0
Consumo de comida instantânea em casa		
Sim	21	30,9
Não	12	17,6
As vezes	35	51,5

Fonte: Dados da pesquisa.

O consumo de fast food e o comportamento alimentar fora de casa são os principais fatores de risco para maior ingestão de calorias e gorduras e menor densidade de micronutrientes na dieta. (RUDOLPH *et al.*, 2007; LACHAT *et al.*, 2012). O consumo frequente de fast foods é uma das principais razões para as tendências crescentes de sobrepeso e obesidade, doenças cardiovasculares, diabetes tipo 2 e outras anormalidades metabólicas. (RUDOLPH *et al.*, 2007; PEREIRA *et al.*, 2005; BAHADORAN *et al.*, 2013). A maior disponibilidade de serviços de fast food está associada a maiores taxas de mortalidade e internação hospitalar por doença coronariana aguda, bem como a um maior risco de sobrepeso e obesidade. (ALTER *et al.*, 2005; LEDOUX *et al.*, 2014).

O valor em relação ao consumo de fast food tem sido geralmente explicado em dois tipos: valores utilitários e hedônicos (PARK, 2004; NEJATI E

MOGHADDAM, 2013.; BASARAN E BUYUKYILMAZ, 2015; THAICHON *et al.*, 2019). O valor utilitário, que está de acordo com o valor funcional, envolve o lado racional do comportamento do consumidor derivado da conclusão da tarefa, como eficácia e eficiência. O valor hedônico resulta do prazer ou da excitação do consumo, o que está de acordo com o valor emocional. (SHETH *et al.*, 1991b; DAGEVOS & VAN OPHEM, 2013)

Os adolescentes por serem mais impacientes e imediatistas trocam pratos de refeições saudáveis, por sanduíches ou comidas rápidas, nas redes de fast food. O problema dessas comidas rápidas é que na maioria das vezes são oferecidas refeições com excesso de calorias, gorduras saturadas, sal e deficiente de vitaminas, minerais e fibras, e se essas refeições fazem parte da rotina consequentemente acarretará o aumento de peso e uma nutrição inadequada (STÜRMER, 2004). E além dos aspectos nutricionais, foi observado em seu estudo que o consumo de lanches está relacionado com aspectos de sociabilidade, pois nas redes de fast food é possível comer e reunir-se com amigos e depois divertir-se. (COLLAÇO, 2003). A afirmativa de outros analistas dizendo que o fast food pode ser citado como o responsável pelo desgaste dos hábitos alimentares familiares, com a refeição partilhada pela família (CARNEIRO, 2005).

Almoçar ou jantar fora se configura como um programa social ou no curto intervalo do trabalho, uma nova necessidade. Em geral, o padrão do serviço fast-food não se aplica ao comer fora quando esta atividade está associada ao prazer de comer e comer em companhia. (BROOKES, 2005).

Para que propostas de prevenção desse grupo de doenças e promoção da alimentação saudável em adolescentes sejam efetivas, é preciso compreender a formação do hábito alimentar e sua manutenção ao longo da vida. Múltiplos fatores socioambientais e pessoais interagem para influenciar padrões de comportamentos alimentares individuais, com destaque para as relações interpessoais dentro da família. Além da provisão dos alimentos, a família influencia as atitudes, preferências e valores relacionados ao consumo alimentar. Além disso, é fundamental considerar a independência e autonomia

relacionada às escolhas alimentares, adquirida na adolescência (STORY; NEUMARK-SZTAINER; FRENCH, 2002).

É na adolescência que as práticas alimentares, muito influenciadas pelo grupo social, propaganda e modismo, incentivam o consumo de alimentos de maior densidade energética. Só este fator não seria de risco, caso não estivesse associado com prática atividade física reduzida, contribuindo para o surgimento da obesidade. Este problema vem aumentando entre os jovens, tanto em países desenvolvidos quanto nos países em desenvolvimento. (OLIVEIRA & VEIGA, 2005).

Na área do mercado de vendas, torna-se visível a proeminência da veiculação de propagandas nas mídias sociais, televisão e rádio, uma vez que o intuito é transmitir informações a respeito de produtos e/ou serviços que são comercializados. Dito isto, as propagandas de redes de fast-foods têm ganhado espaço com o avanço tecnológico, principalmente com a visibilidade em plataformas sociais. (FRANÇA, 2014).

Diversos estudos apontam influência de propagandas de alimentos sobre escolhas de consumo da população, principalmente o público infantil, destacando-se exposição aos canais de divulgação (televisão e/ou internet) com propagandas de alimentos e bebidas. A propaganda de alimentos direcionada às crianças potencialmente gera impactos do padrão alimentar desde o período da infância, propagando-se até idade adulta. (CHAMBERLAIN, WANG, ROBINSON, 2002; POWELL, SZCZYPKA, CHALOUPKA, BRAUNSCHWEIG, 2007; CYRILLO *et al.*, 2009; MATTOS, NASCIMENTO, ALMEIDA, COSTA, 2010; LEMOS, CRESCITELLI, SARTI, 2010; NICKLAUS, 2015).

Um estudo objetivou-se avaliar o perfil nutricional dos acadêmicos de Medicina da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) quanto ao consumo de fast foods, buscando compreender a frequência de consumo, quais os alimentos preferidos, além de correlacionar com dados antropométricos e verificar as possíveis alterações decorrentes dos hábitos alimentares. Trata-se de um estudo quantitativo e qualitativo transversal descritivo sobre o perfil dos acadêmicos de medicina da Unochapecó quanto ao consumo de fast foods. O questionário contemplou variáveis sociodemográficas

como o sexo, idade e semestre do curso do universitário. Em uma segunda etapa contemplou informações sobre as medidas antropométricas (peso, altura e IMC) dos acadêmicos. Buscou verificar o se o indivíduo consome fast food e a frequência de consumo do mesmo. A maior frequência de consumo de fast food ocorre duas vezes por mês (32%), seguida de uma vez por mês e uma vez por semana, ambos com 30%. E a menor frequência de consumo é duas vezes por semana (8%). (TUNI; SCHENATTO; LUTINSKI, 2021).

Estatísticas de vendas de alimentos indicam um maior consumo de alimentos ultraprocessados em países de alta renda, mas um crescimento rápido e exponencial em países de renda média. Entre 1998 e 2012, as vendas de snacks e de refrigerantes aumentaram em 50% nos países de renda média/alta e em mais de 100% nos países de renda média/baixa (MONTEIRO *et al.*, 2013). No Brasil, pesquisas de aquisição de gêneros alimentícios para o consumo domiciliar, realizadas nas áreas metropolitanas entre 1987-1988 e 2008-2009 (MARRON-PONCE *et al.*, 2019). E no país como um todo entre 2002-2003 e 2017-2018, indicam aumentos sistemáticos na participação de alimentos ultraprocessados e redução concomitante dos alimentos in natura ou minimamente processados e de ingredientes culinários (MARTINS *et al.*, 2013).

Essa disponibilidade de comida pronta, que afeta o comportamento alimentar, chega aos domicílios através da comercialização em padarias, lojas de conveniência, delicatessens e supermercados. Os valores da modernidade tais como pressa, comodidade, praticidade contribuem para configurar o entorno dos novos comportamentos alimentares, sobretudo no meio urbano cosmopolita, onde os estabelecimentos de comercialização de comida tipo fast food mais se expandem. A tecnologia disponibiliza modernos utensílios domésticos para o máximo aproveitamento do tempo e a comodidade, facilitando o consumo de comida industrial, semi-pronta, pré-pronta e alimentos pré cozidos, pré-lavados, para rápida finalização em casa. Hoje, observa-se uma multiplicação de arranjos que configuram os novos modelos alimentares que contrastam com o comer estruturado das tradicionais refeições domésticas (FREITAS; FONTES; OLIVEIRA, 2008).

CONCLUSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo evidenciou a significativa presença do consumo de alimentos ultraprocessados e fast-food entre adolescentes de 13 a 21 anos, refletindo uma tendência preocupante no padrão alimentar dessa faixa etária. Embora mais da metade dos participantes tenha declarado consumir fast food "quase nunca", a frequência semanal de 1 a 2 vezes foi predominante entre os respondentes, indicando que o consumo faz parte da rotina de muitos jovens, mesmo que de forma não diária.

As principais motivações para esse consumo envolvem aspectos hedônicos, como o prazer ao paladar (54,4%), e práticos, como rapidez e praticidade (26,5%), o que reforça os achados da literatura sobre os valores atribuídos a esses alimentos, tanto utilitários quanto emocionais. Além disso, observou-se que o consumo de fast food se insere em um contexto social, sendo realizado com maior frequência em situações de lazer, na companhia de familiares ou amigos, reforçando seu papel como espaço de sociabilidade, não apenas de alimentação.

Outro ponto de destaque foi a influência significativa das mídias sociais nas escolhas alimentares dos adolescentes, com 45,6% dos participantes afirmando serem influenciados por promoções. Esse dado corrobora estudos que apontam o papel das estratégias de marketing digital na indução ao consumo de fast food, especialmente entre os mais jovens, que estão mais expostos a esse tipo de publicidade.

Do ponto de vista sociodemográfico, os adolescentes que participaram da pesquisa pertencem majoritariamente a famílias com renda entre 1 a 3 salários mínimos, o que pode estar relacionado à escolha por alimentos mais acessíveis, prontos e calóricos, muitas vezes mais baratos do que refeições balanceadas. Essa realidade é agravada por contextos familiares de estresse, caos doméstico e falta de tempo para o preparo de refeições saudáveis, fatores amplamente abordados por estudos recentes.

Diante do exposto, é fundamental que estratégias de promoção da saúde e educação alimentar sejam direcionadas aos adolescentes, considerando não apenas os aspectos nutricionais, mas também os contextos socioculturais que

moldam suas escolhas alimentares. Campanhas educativas voltadas para o ambiente digital, com foco na conscientização sobre os riscos do consumo frequente de ultraprocessados e fast food, podem ser eficazes, sobretudo se aliadas ao estímulo à autonomia crítica frente às estratégias de marketing.

Além disso, o envolvimento da família é essencial na formação de hábitos alimentares mais saudáveis, uma vez que o ambiente doméstico tem influência direta nas atitudes alimentares dos jovens. Incentivar o preparo de refeições caseiras, promover a educação alimentar desde cedo e desenvolver políticas públicas que restrinjam a publicidade voltada ao público jovem são caminhos possíveis para mitigar os efeitos nocivos dessa tendência crescente.

Por fim, os resultados deste estudo reafirmam a urgência de um olhar mais atento às práticas alimentares dos adolescentes, considerando os múltiplos determinantes que envolvem o consumo de fast food e seus impactos à saúde, contribuindo para o desenvolvimento de ações intersetoriais mais eficazes na promoção de uma alimentação adequada e saudável.

Referências

- BATES, Celeste R. et al. Vínculos entre a organização do ambiente familiar e a obesidade infantil: uma revisão sistemática. *Obesity Reviews*, [S.I.], v. 19, n. 5, p. 716–727, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1111/obr.12662>.
- BROOKES, M. Modelando o paladar gastronômico: a influência das empresas de alimentação (Somos o que comemos ou o que somos persuadidos a comer?). In: SLOAN D. (Org.) **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. São Paulo, 2005. p. 129-152
- CARNEIRO, H.S. COMIDA E SOCIEDADE: SIGNIFICADOS SOCIAIS NA HISTÓRIA DA ALIMENTAÇÃO. **Rev.História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 42, p. 71-80, 2005. Editora UFPR.
- COLLAÇO, J. H. L. Um Olhar Antropológico sobre o Hábito de Comer Fora. **Revista de Antropologia Social**. v. 4, 2003..
- CYRILLO, D. C.; SARTI, F. M.; FARINA, E. M. M. Q; MAZZON, J. A. Duas décadas da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes: há motivos para comemorar? **Revista Panamericana de Salud Pública**, v. 5, n. 2, p. 134-140, 2009.
- EVANS, Gary W. et al. O papel do caos na pobreza e no ajustamento socioemocional das crianças. *Psychological Science*, [S.I.], v. 16, n. 7, p. 560–565, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2005.01575.x>.
- FRANÇA, F.C.O. et al. **Mudanças dos hábitos alimentares provocados pela industrialização e o impacto sobre a saúde do brasileiro**. p.01, 2014 Disponível em: http://www2.ufes.br:8081/cer/wp-content/uploads/FRANCA_Fabiana.pdf

PREVALÊNCIA DE CONSUMO DE FAST-FOOD NA ALIMENTAÇÃO DE ADOLESCENTES

FREITAS, MCS., FONTES, GAV., and OLIVEIRA, N., orgs. Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura [online]. Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p. ISBN 978-85-232-0543-0. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

FRÖHLICH, C. et.al. Obesidade abdominal e padrões alimentares em mulheres trabalhadoras de turnos, Ciência e saúde coletiva, vol.24 n.9 Rio de Janeiro Set. 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/CNqMdXjygJy46rkZ5rbdgkn/?lang=pt>

GARCIA, R. W. D. A culinária subvertida pela ordem terapêutica: um modo de se relacionar coma comida. In: SIMPÓSIO SUL-BRASILEIRO DE ALIMENTAÇÃO: HISTÓRIA, CIÊNCIA E ARTE, 2000, Florianópolis. Anais... Florianópolis: UFSC, 2000. p. 13-16.

GÓES, J. A. W. Mudanças de hábitos alimentares e saúde: um estudo em fast food. 2005. Tese (Doutorado em Saúde Pública) - Instituto de Saúde Coletiva, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

LACHAT, C. et al. Comer fora de casa e sua associação com a ingestão alimentar: uma revisão sistemática das evidências. *Obesity Reviews*, v. 13, n. 4, p. 329–346, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2011.00953.x>.

LEDOUX, T. et al. Associação entre compulsão alimentar e disponibilidade de restaurantes fast-food na vizinhança com a dieta e o peso. *Public Health Nutrition*, v. 18, n. 3, p. 352–360, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1368980013003546>.

Martins APB, Levy RB, Claro RM, Moubarac JC, Monteiro CA. Increased contribution of ultra-processed food products in the Brazilian diet (1987-2009). *Rev Saúde Pública* 2013; 47:656-65.

MATTOS, M. C.; NASCIMENTO, P. C. B. D.; ALMEIDA, S. S.; COSTA, T. M. B. Influência de propagandas de alimentos nas escolhas alimentares de crianças e adolescentes. *Psicologia: Teoria e Prática*, v. 2, n. 3, p. 34-51, 2010.

OLIVEIRA, S. V; VEIGA, G. V. Estado nutricional e maturação sexual de adolescentes de uma escola pública e de uma escola privada do Município do Rio de Janeiro. **Revista de Nutrição**. v.18, n. 2, p. 183-191, mar./abr., 2005.

POULAIN, J. P. Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: UFSC, 2004.

ROCHA LIMA, L. et al. Associação entre o consumo de alimentos ultraprocessados e parâmetros lipídicos em adolescentes. *Ciênc. Saúde Colet.*, v. 25, n. 10, p. 3925-3934, 2020. DOI: 10.1590/1413-812320202510.24822018.

RUDOLPH, T. K. et al. Efeitos agudos de diversas refeições de fast-food na função vascular e marcadores de risco de doenças cardiovasculares: o Hamburg Burger Trial. *The American Journal of Clinical Nutrition*, v. 86, n. 2, p. 340–344, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1093/ajcn/86.2.334>.

Tuni, D. C., Schenatto, L., & Lutinski, J. A. (2021). *Consumo de fast food entre acadêmicos de Medicina*. Universidade Comunitária da Região de Chapecó. Publicado em 29 de agosto de 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/Ana/Downloads/dorlivete,+e212101119651%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Ana/Downloads/dorlivete,+e212101119651%20(1).pdf)