Educando e apoiando pediatras e profissionais da saúde na proteção da amamentação

Kátia Brandt

Membro da Rede IBFAN

Profa de Pediatria CCM UFPE

Precep do Serviço de Gastropediatria do HC UFPE

Dep Aleitamento Materno da SOPEPE

NÃO EXISTE FÓRMULA PARA O LEITE MATERNO

There Is No Formula for Human Milk.

Stuebe A. Breastfeed Med. 2020

- Ao lado de carboidratos, gorduras, vitaminas e minerais, o leite materno confere proteção imunológica inata e específica, além de transmitir sinais hormonais que influenciam o comportamento e o crescimento.
- O leite de cada mãe é "pessoal, dinâmico, ativo e estruturado".
- Ao ligar mãe e filho por um período prolongado após o nascimento, a amamentação muda fundamentalmente o desenvolvimento.
- Por meio de adaptações evolutivas, nossa

Artista: Erin Currier

NÃO EXISTE FÓRMULA PARA O LEITE MATERNO

There Is No Formula for Human Milk.

Stuebe A. Breastfeed Med. 2020

- Nós prosperamos e criamos bebês em uma enorme variedade de condições ambientais, por conta da adaptabilidade do leite humano.
- Estes fatos são especialmente importantes ao considerarmos que as empresas se esforçam para comercializar suplementos nutricionais e pós, para `` corrigir '' ou `` melhorar '' a composição do leite materno.
- AO NOS ESFORÇARMOS PARA DECODIFICAR OS COMPONENTES DO LEITE MATERNO, DEVEMOS TER O CUIDADO DE LEMBRAR QUE O TODO, É, NA VERDADE, MAIOR DO QUE A SOMA DE SUAS PARTES.

https://www.thebump.com/news/breastfeeding-mothers-around-the-world

LACTAÇÃO COMPARATIVA OU ANÁLISE ENTRE ESPÉCIES

- Cada espécie de mamífero, evoluindo ao longo de um caminho diferente, influenciou diretamente na composição do leite materno da espécie
- Como resultado houve uma diversidade impressionante de componentes entre os leites
- Provando que o leite de cada mamífero é inimitavelmente adequado para nutrir seus

Bióloga Evolucionista Katie Hinde
Professora Associada do Centro de Evolução e Medicina e da Escola de Evolução Humana e Mudança Social da Universidade Estadual do Arizona, dirige o Laboratório de Lactação Comparativa no Centro Nacional de Pesquisa de Primatas da Califórnia. Atuou no Conselho Executivo da Sociedade Internacional para Pesquisa em

300 MILHÕES DE ANOS DE EVOLUÇÃO LIGAM O LEITE MATERNO AO CÉREBRO DO BEBÊ: LEITE DE VACA PARA UM CÉREBRO HUMANO?

12º Simpósio Internacional de Aleitamento Materno e Lactação

Centenas de milhares de moléculas bioativas no leite materno influenciam o cérebro direta ou indiretamente

- **Ácidos graxos de cadeia longa** – formam bainhas de mielina ao redor dos neurônios, favorecendo a um processamento cerebral mais rápido e complexo
- **Neurotrofinas** – protegem e cultivam os neurônios no cérebro
- **200 (ou mais) oligossacarídeos** – alimentam o microbioma intestinal, interferem na imunidade ao longo da vida e promovem o desenvolvimento do cérebro.
- **Células-tronco pluripotentes** – facilitam o desenvolvimento.
- **Micro-RNAs** – reguladores genéticos que promovem o desenvolvimento das células brancas e cinzentas no córtex e a extraordinária rede de fibras que conectam as regiões do cérebro e distinguem o intelecto humano.

FÓRMULA INFANTIL

- Formula infantil – produto em forma líquida ou em pó, destinado à alimentação de lactentes, sob prescrição, em substituição total ou parcial do aleitamento materno ou humano, para satisfação das necessidades nutricionais deste grupo etário... Representa a melhor alternativa **PARA ALIMENTAÇÃO DE CRIANÇAS NÃO AMAMENTADAS OU PARCIALMENTE AMAMENTADAS**

Guia alimentar para crianças brasileiras menores de dois anos

Componentes obrigatórios e não obrigatórios

- O Codex Alimentarius da OMS / FAO define os **padrões globais para as formulação de fórmulas infantis.**
- **Componentes obrigatórios – níveis mínimos e máximos para macronutrientes** (como carboidratos, proteínas e gorduras) e **micronutrientes essenciais** (como vitaminas e minerais).
- **Componentes "opcionais"** – substâncias **extras,** usualmente versões sintéticas de substâncias encontradas no leite materno (ácidos graxos, bactérias "amigáveis", outras vitaminas e minerais, etc).

Busting the myth of science - based formula. 2018

Ingredientes nas fórmulas infantis

Ingredientes: proteína parcialmente hidrolisada do soro de leite*, lactose, óleo de girassol com alto teor oleico, sais minerais (hidróxido de potássio, fosfato de cálcio tribásico, hidróxido de sódio, fosfato de cálcio dibásico, cloreto de magnésio, cloreto de cálcio, cloreto de potássio, cloreto de sódio, sulfato ferroso, sulfato de zinco, sulfato de cobre, carbonato de cálcio, iodeto de potássio, sulfato de manganês e selenato de sódio), óleo de coco, óleo de canola, óleo de girassol, oleína de palma, maltodextrina, óleo de peixe, L-fenilalanina, vitaminas (L-ascorbato de sódio, nicotinamida, acetato de DL-α-tocoferila, D-pantotenato de cálcio, acetato de retinila, riboflavina, tiamina mononitrato, cloridrato de piridoxina, ácido N-pteroil-L-glutâmico, filoquinona, D-biotina, colecalciferol e cianocobalamina), óleo de *Mortierella alpina*, bitartarato de colina, L-histidina, mio-inositol, nucleotídeos (citidina 5-monofosfato, sal dissódico de uridina 5-monofosfato, adenosina 5-monofosfato e sal dissódico de guanosina 5-monofosfato), L-carnitina e regulador de acidez ácido cítrico.

Ingredientes nas fórmulas infantis

Lactose, leite parcialmente desnatado em pó, óleos vegetais (óleo de girassol, óleo de canola, óleo de coco, óleo de palma), proteína concentrada do soro de leite, galacto-oligossacarídeos, maltodextrina, fruto-oligossacarídeos, carbonato de cálcio, óleo de peixe, óleo de Mortierella alpina, L-ascorbato de sódio, ácido L-ascórbico, caseinato de cálcio, taurina, mio-inositol, sulfato ferroso, fosfato de potássio dibásico, sulfato de zinco, sal dissódico de uridina 5-monofosfato, citidina 5-monofosfato, acetato de DL-alfa tocoferila, DL-alfa tocoferol, cloreto de colina, adenosina 5-monofosfato, sal dissódico de inosina 5-monofosfato, nicotinamida, fosfato de cálcio tribásico, sal dissódico de guanosina 5-monofosfato, gluconato cúprico, D-pantotenato de cálcio, palmitato de ascorbila, acetato de retinila, cloridrato de cloreto de tiamina, colecalciferol, riboflavina, cloridrato de piridoxina, iodato de potássio, sulfato de manganês, ácido N-pteroil-Lglutâmico, filoquinona, selenito de sódio, D-biotina, cianocobalmina, antioxidante mistura concentrada de tocoferóis e emulsificantes mono e diglicerídeos de ácidos graxos e lecitina. NÃO CONTÉM GLÚTEN.

ULTRAPROCESSADO?

Ingredientes nas fórmulas infantis

- Proteína – leite de vaca, soja, arroz
- Carboidrato – lactose bovina, MALTODEXTRINA
- Gordura – Óleo de girassol, palma, soja, canola, côco
- DHA de alga, ARA de fungo
- GOS – conversão enzimática da lactose bovina
- FOS – a partir da inulina (plantas) ou beta-frutosidase (fungos ou sacarose)
- Oligossacarídeos idênticos ao do leite humano – bactérias

Maltodextrina, qual o benefício?

Produto processado a partir do milho, arroz, amido de batata ou trigo.

Classificada como ingrediente geralmente reconhecido como seguro (FAO)

Possui baixo custo.

Utilização: valor nutricional, para atribuir consistência e textura, para controlar doçura, higroscopicidade, osmolaridade e ponto de congelamento, para prevenir cristalização e escurecimento não enzimático, para formar substituintes de gordura e filmes comestíveis.

Pode aumentar significativamente a glicemia e a resposta insulínica.

Não é recomendada pela ESPGHAN

Young Child Formula: A Position Paper by the ESPGHAN Committee on Nutrition. JPGN 2018

Infant Milks in the UK: A Practical Guide for Health Professionals –2017. First Steps Nutrition Trust

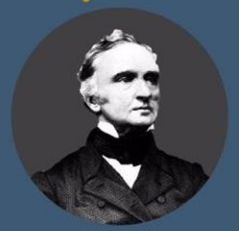
A SHORT HISTORY OF INFANT FORMULA

1860-1900

1860 1870 1880 1890 1900

1867

Justus Von Liebig



First commercial formula appears in Europe

Liebig's soluble food for babies (1867) made from cow's milk, wheat and malt flour, and potassium bicarbonate.

Dr T.M.Rocht

Physicians do not trust commercial formulas

They prescribe recipes tailored to infants (i.e. Harvard's "Rocht percentage method"). These involve the dilution of fresh cow's milk (i.e. lowering protein content) and the addition of cream (i.e. increasing fat content) and sugar in precise amounts.

Other brands of commercial formulas appear

Nestlè , Mellin's Food, etc.
Basic recipe lacks essential vitamins and minerals.

1910 - 1940

1910 1920 1930 1940

1911 1919 1925

Most of today's brands of commercial infant formula appear on the market, including Mead Johnson, SMA, Abbott's Similac and Nutricia

Product development focuses on copying breastmilk macronutrient composition.

First major recipe adjustments are made. These include changes to the types of carbohydrates and fats used, and the fortification of formulas with minerals and vitamins.

The majority of parents continue to feed their children with cheaper evaporated milk formulas and provide additional supplementation with vitamins and iron.

First specialist formulas are developed, including soy-based formula and hydrolysed proteins.

1950-1970

1950 1960 1970

Infant formula takes over due to a combination of aggressive marketing, lower costs and increased medical approval

Product range expands vastly. Further vitamins, minerals and other substances are added to formula and more specialised products come onto the market i.e. anti-reflux, formulas for premature babies, etc.

Breastfeeding rates reach an all time low in industrialised countries.

CIRCA 1980

1977 1980 1981 1984 1990

Infant formula product range continues to expand

The World Health Assembly adopts restrictions on the marketing of breastmilk substitutes (The Code) to protect breastfeeding and curtail inappropriate marketing practices. In addition, the Codex Alimentarius adopts a global standard for the nutritional composition of infant formula.

Nestlé Boycott starts

A boycott on Nestlé products is launched in response to their aggressive marketing of formulas and associated severe impacts in infant health, particularly in developing countries .

Formula versions for older children ("follow-on formula", "growing up milks") are developed.

1990 AND BEYOND

2000 2010 2017

Product range booms

Infant formula companies flood the market with new products by making further adjustments to their existing recipes and adding further substances found in breastmilk.

Changing Markets' investigation found over 400 formula products in 14 markets.

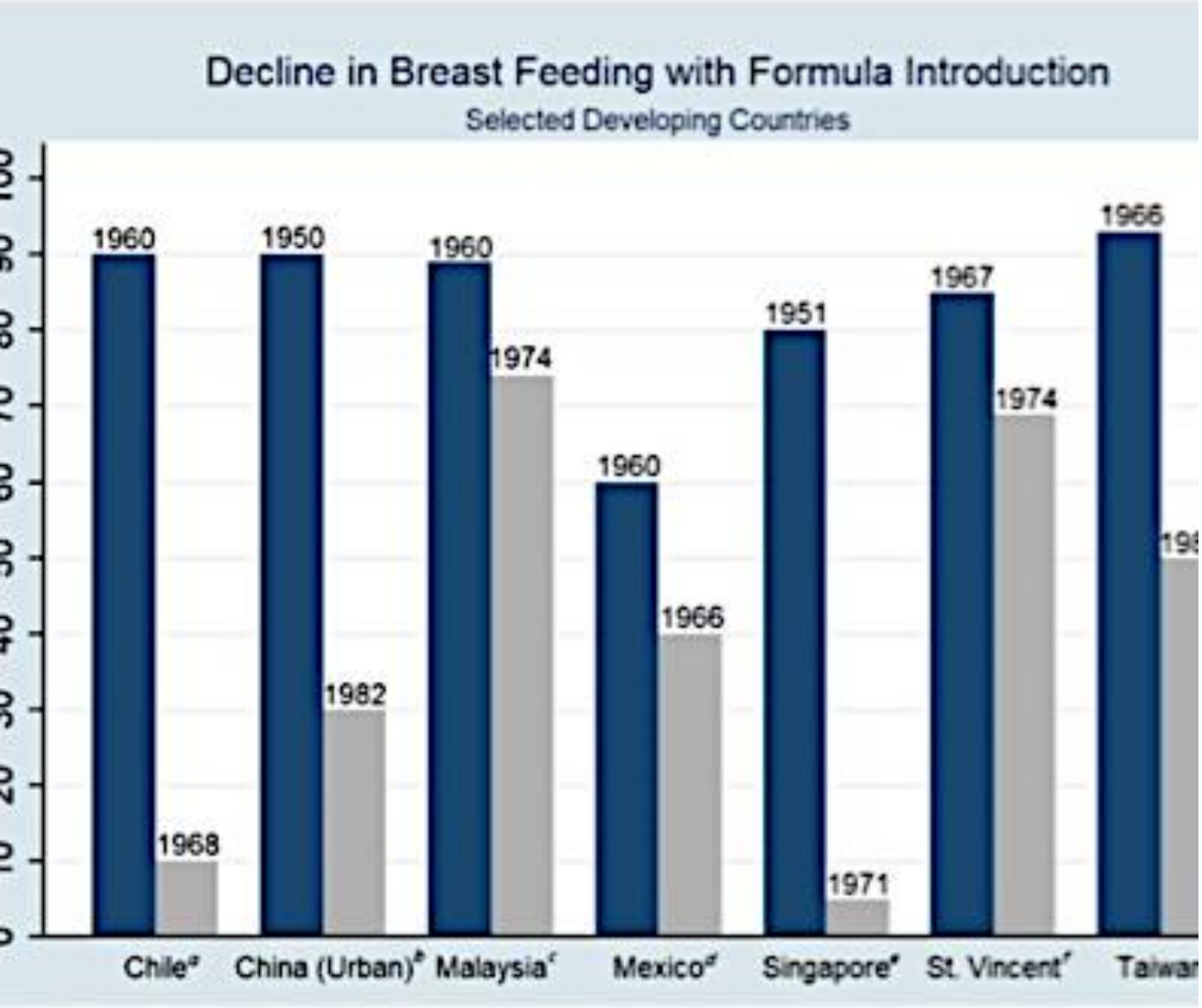
Companies develop a number of additional formulas claiming to help tackling standard conditions such as indigestion, better sleep, etc. and responding to additional consumers' concerns such as GMO-free or aluminium-free.

design by: helloo.org

www.motherchildtrust.org

Década de 50 – surgimento do produto “fórmula infantil”, indicado para bebês em risco de vida!

MARKETING AGRESSIVO E ELEVADA APROVAÇÃO MÉDICA.



CONSEQUÊNCIAS DA CHEGADA DAS FORMULAS INFANTIS NAS TAXAS DE ALEITAMENTO MATERNO

Mortality from Nestlé's Marketing of Infant Formula in Low and Middle Income Countries. Working Paper, NBER 2018. http://www.nber.org/papers/w24452

Efeitos da propaganda no consumo de fórmulas infantis em países em desenvolvimento

A macroeconomic study on the effects of promotion on the consumption of infant formula in devoloping counstries. Journal of Macromarketing, 1988.

The information in Table 2 strongly suggests that infant formula imports (IFI/TF), controlling for several economic factors in the 79 countries, were reduced by the curtailment of promotion. The empirical evidence in this study supports the views of Jelliffe (1971), Schudson (1984), and James (1983) that promotion affected overall consumption of infant formula and, by implication, breast-feeding behavior.

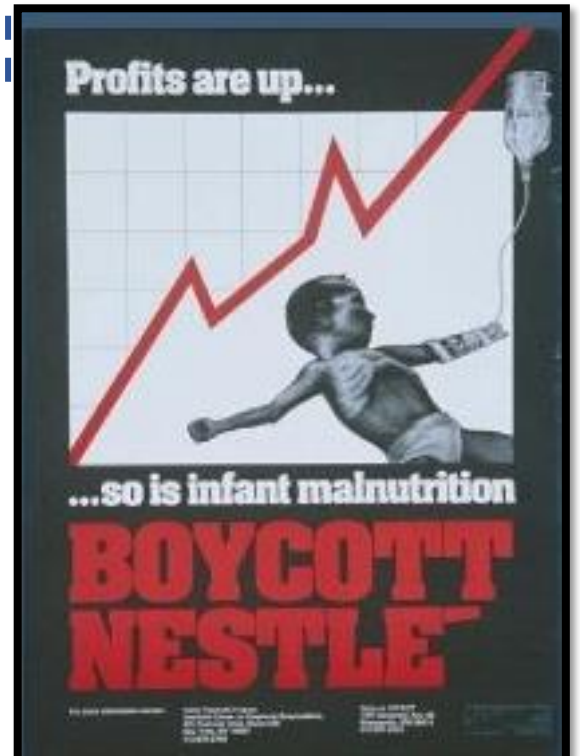
Indeed the model proposed in Figure 1 is supported by our data and analysis. That is, the infant formula manufacturers aggressively promoted their products, and consumption was thereby increased in environments conducive to misuse. Because the manufacturers took actions to reform and curtail promotion in low income countries, inappropriate purchase and use of infant formula was also curtailed. The tragedy here is that all the companies did not respond to their critics in an even more prudent and timely manner.

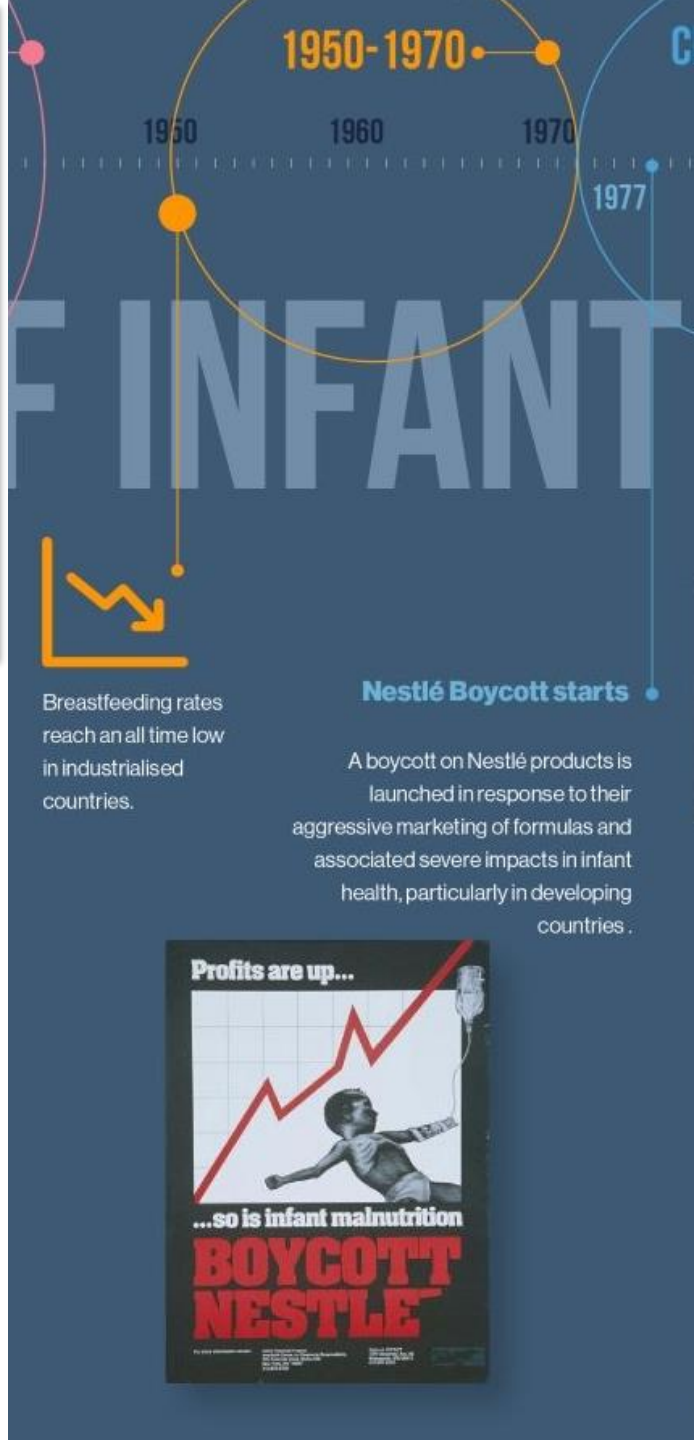
1970

Menores índices de aleitamento materno já vistos …

aumento alarmante da mortalidade infantil

BOICOTE NESTLÉ - CIDADÃOS EUROPEUS PARARAM DE ADQUIRIR PRODUTOS NESTLÉ.





Países em desenvolvimento – foco das indústrias

Países desenvolvidos – redução dos nascimentos, ações governamentais mais firmes para proteção do aleitamento materno

↓

Restrição de vendas e lucros

↓

Países em desenvolvimento – elevadas taxas de natalidade, políticas públicas frágeis – maior possibilidade de vendas

↓

MAIS VENDAS E LUCROS

MILHÕES DE CRIANÇAS MORREM DEVIDO À DIARREIA E DESNUTRIÇÃO

Mortality from Nestlé's Marketing of Infant Formula in Low and Middle-Income Countries. 2018

- "A Nestlé era extremamente generosa com os pediatras. Ela estava presente, como patrocinadora, de todos os eventos científicos, mais do que qualquer outra, muitas vezes era a única. Existia uma relação muito sólida entre a Nestlé e os pediatras."
- "Ela fornecia aos filhos de medicos, fórmula infantil e outros produtos para alimentação infantil, ao longo de do primeiro ano de vida, ou mais."

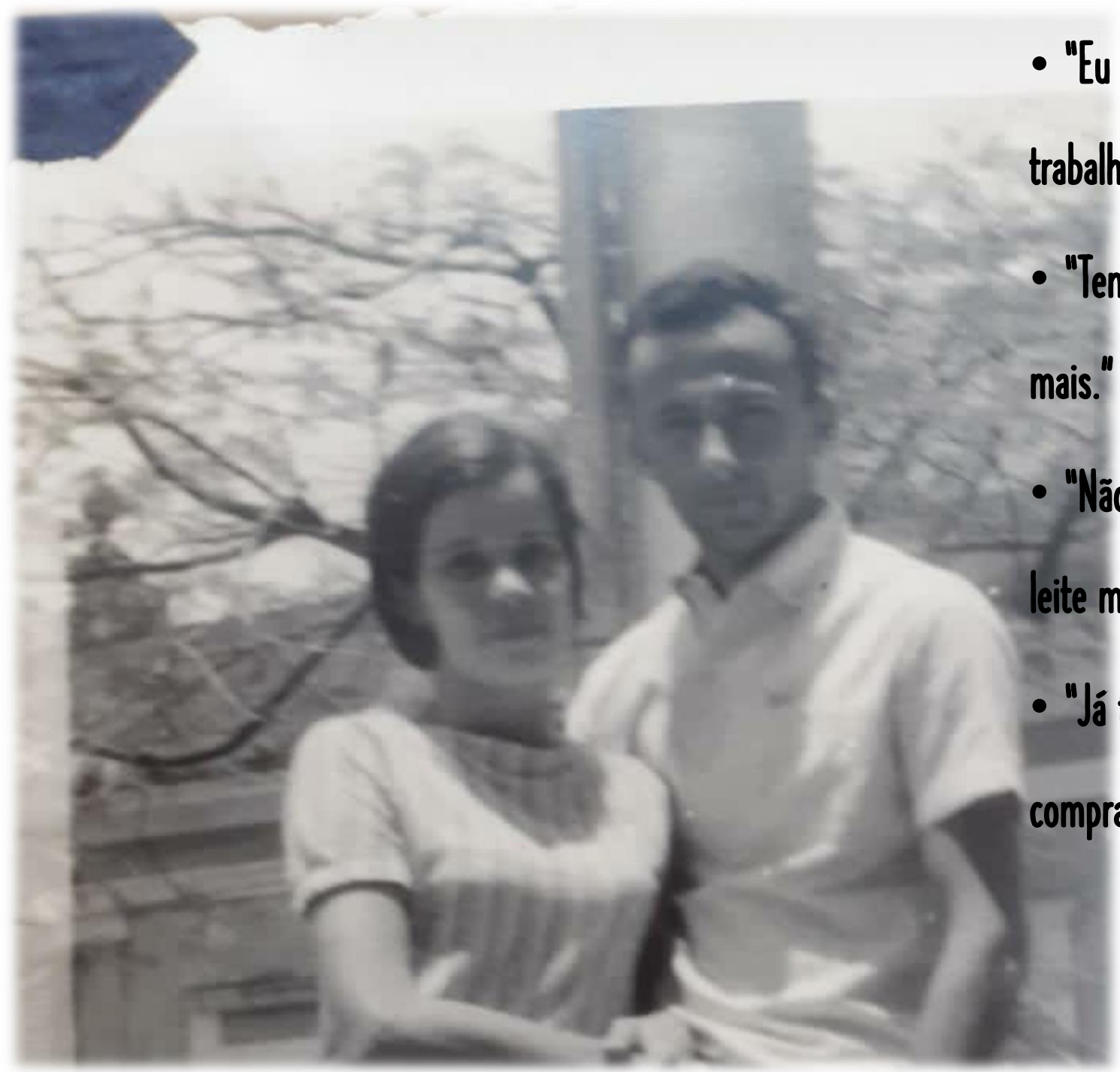
Dr Carlos Brandt

Pediatra em 1971 em Recife, PE

- "As caixas com os produtos da Nestlé chegavam em casa, mensalmente. No início era Nestogeno, Nidex... depois enviavam leite ninho, farinha láctea..."
- "Minha impressão, é que a fórmula infantil era vista, pelos pediatras naquela época, como um subtituto adequado ao leite materno, indicada para as mães que precisavam voltar a trabalhar."

Dr Carlos Brandt

Pediatra em 1971 em Recife, PE



- "Eu não amamentei nenhum de vocês. Queria voltar a trabalhar."
- "Tentei com Karla, a primeira ... mas, depois não tentei mais."
- "Não lembro de ninguém falando sobre a importância do leite materno."
- "Já tínhamos o leite em pó em casa. Não me lembro de ter comprado nenhuma lata de leite"

Francesca Brandt

Esposa de pediatra em 1971 em Recife, PE

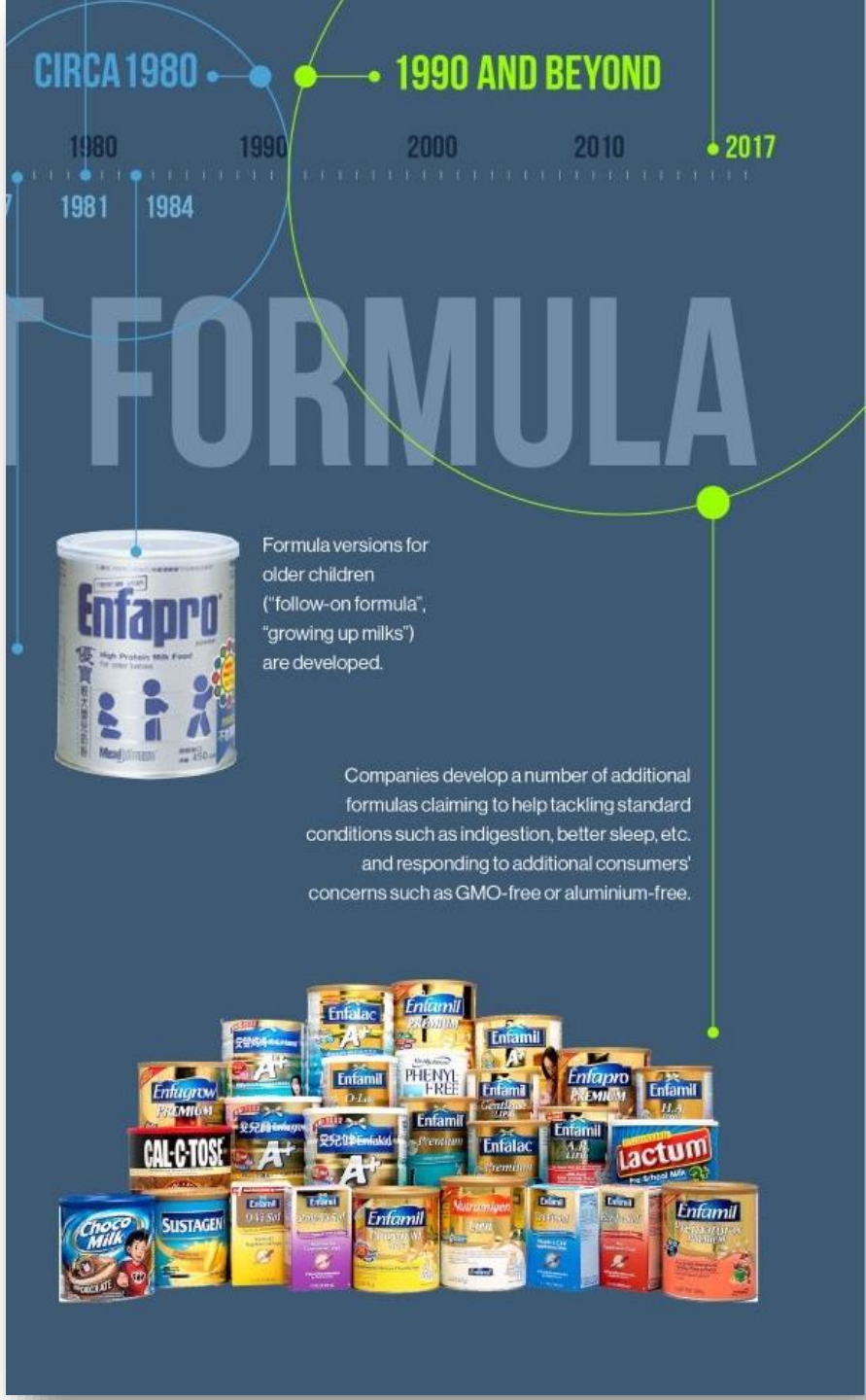
1990 e além ... A era do *boom* dos NOVOS produtos

"Novos produtos" – adição de componentes extras ou modificação dos obrigatórios

> 400 produtos em 14 países

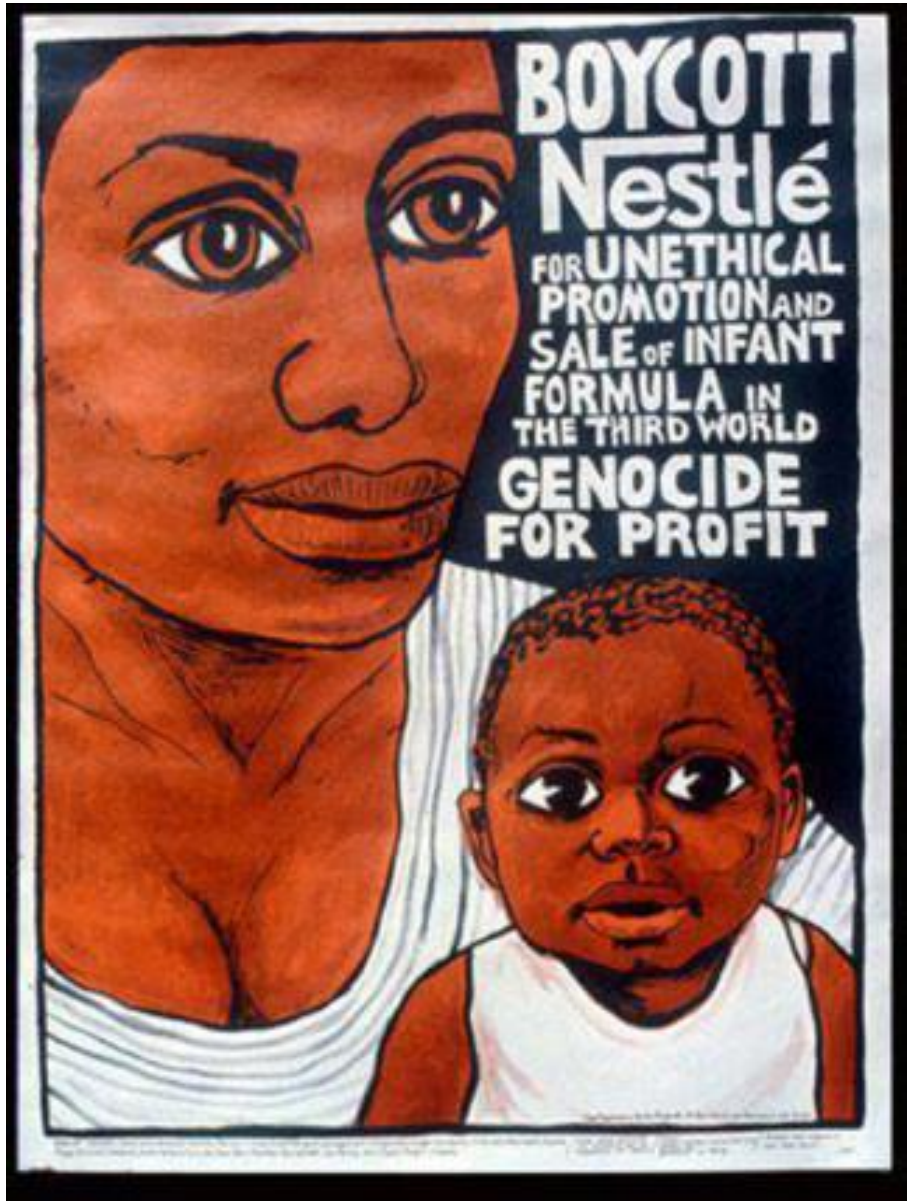
Fórmula lácteas para maiores de um ano

Fórmulas para situações "especiais"



Surgimento de normas para limitar o marketing agressivo e proteger o aleitamento materno

- 1977 – Boicote à Nestle – americanos e europeus deixam de comprar produtos Nestlé
- 1981 – **código OMS para proteção do aleitamento materno**
- 2001 – Brasil portaria NBCAL
- 2006 – Brasil lei 11.265 NBCAL



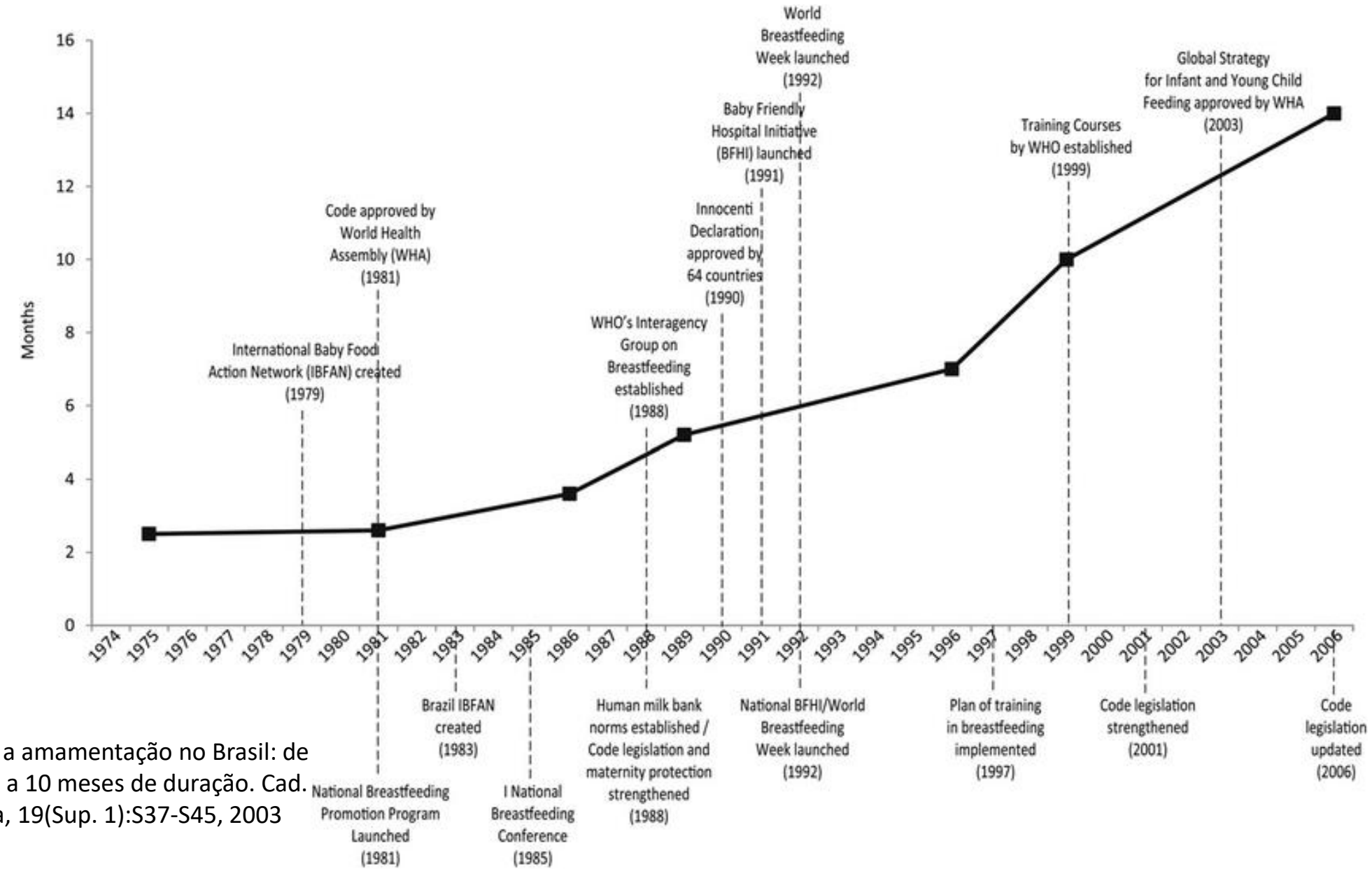
INFACT

INFANT FORMULA ACTION COALITION

Nestle Boycott Goes National

https://commonslibrary.org/international-groups-boycott-nestle-products-to-end-indiscriminate-advertising-1977-1984/

RESGATE DO ALEITAMENTO MATERNO NO BRASIL – DÉCADAS DE TRABALHO

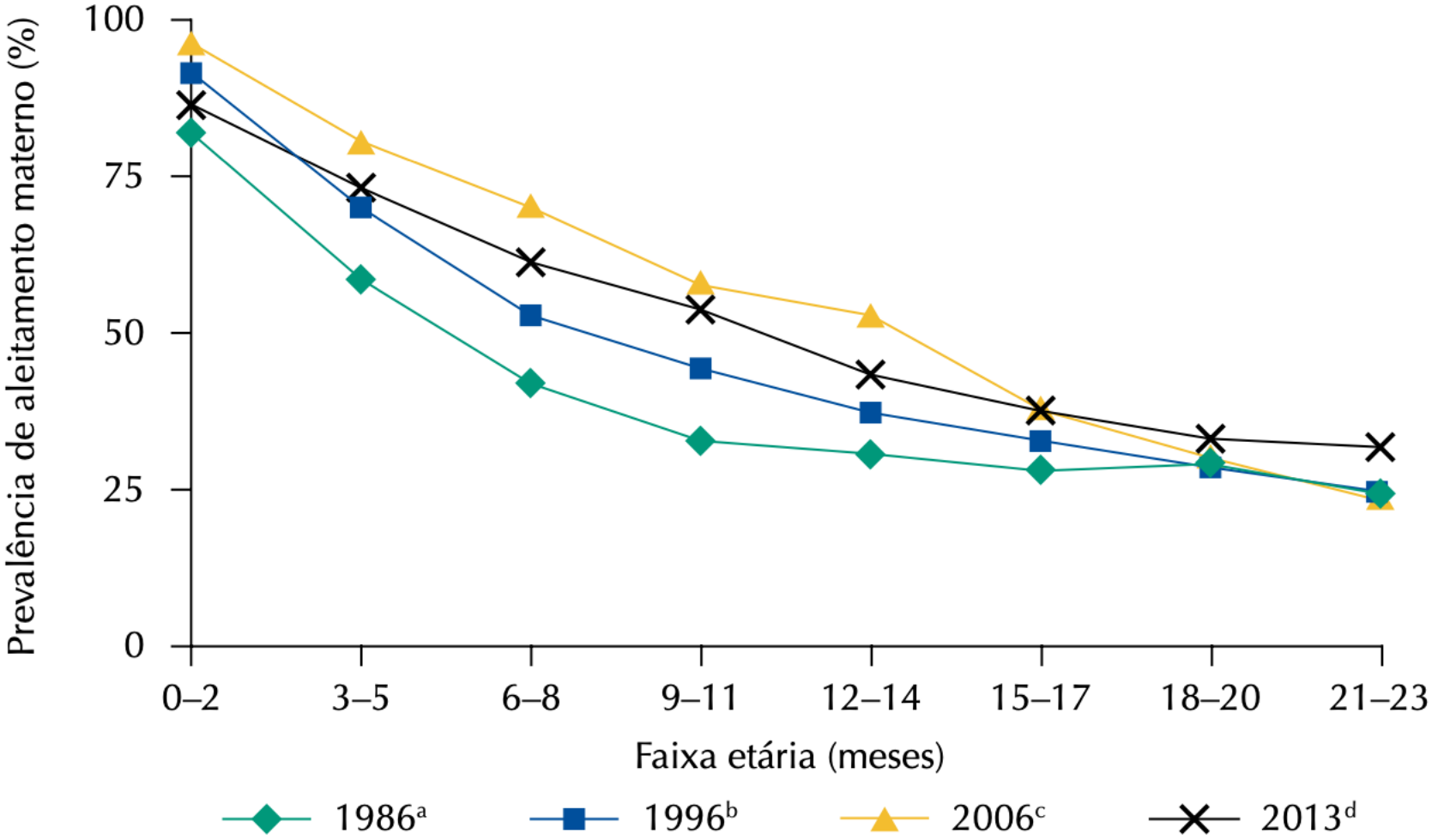


Reflexões sobre a amamentação no Brasil: de como passamos a 10 meses de duração. Cad. Saúde Pública, 19(Sup. 1):S37-S45, 2003

Reflexões sobre a amamentação no Brasil: de como passamos a 10 meses de duração.

Se em 1975 uma em cada duas mulheres amamentava apenas até o segundo ou terceiro mês no Brasil, no último inquérito de 1999, uma em cada duas mulheres amamenta até cerca de dez meses. Esse aumento em 25 anos pode tanto ser pensado como um sucesso, como pode ser visto como algo que poderia estar muito melhor se todas as atividades que se realizaram no país tivessem sido mantidas, avaliadas, corrigidas, bem coordenadas, melhoradas. Diversas foram as decisões de organismos internacionais de saúde no período, assim como estudos sobre aleitamento que reorientaram ações. O DESAFIO

Tendência de indicadores do aleitamento materno no Brasil em três décadas. Rev Saude Publica. 2017



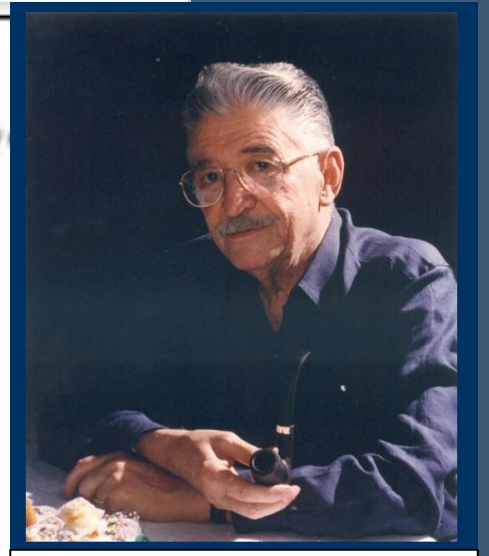
Tendência de indicadores do aleitamento materno no Brasil em três décadas

A série histórica dos indicadores de aleitamento materno no Brasil mostra tendência ascendente até 2006, com estabilização a partir dessa data em três dos quatro indicadores avaliados. Esse resultado, que pode ser considerado um sinal de alerta, impõe avaliação e revisão das políticas e programas de promoção, proteção e apoio ao aleitamento materno, fortalecendo as existentes e propondo novas estratégias para que as prevalências dos indicadores de aleitamento materno retomem a tendência ascendente.

The Baby Killer, 1974, relatório sobre as práticas de marketing abusivo utilizadas pelas industrias de fórmulas infantis e o aumento da

WAR ON WANT

War on Want fights the causes of poverty and defends human rights, as part of the worldwide movement for global justice.



O matador de bebês
Autor: Mike Muller
Tradução: Fernando Figueira (1995)

Why are mothers abandoning breast feeding in countries where it is part of the culture? Are we helping to promote the trend? What is the responsibility of the baby food industry? What are we doing to prevent avoidable malnutrition?

These questions are being raised by doctors and nutritionists throughout the Third World. War on Want believes that by opening the subject to public debate a solution may be found faster than through silence.

Por quer as mães estão abandonando o aleitamento materno em países onde ele é parte da cultura? Estamos ajudando a promover esta tendência? Qual é a responsabilidade da indústria de alimentos infantis? O que estamos fazendo para evitar a desnutrição que pode ser prevenida? Estas perguntas estão sendo feitas por médicos e nutricionistas em todo o Terceiro Mundo. A *War on Want* acredita que ao abrir este assunto para o debate público, **UMA SOLUÇÃO PODE SER ENCONTRADA DE FORMA MAIS RÁPIDA DO QUE ATRAVÉS DO SILÊNCIO.**

ESTRATÉGIAS DE MARKETING VOLTADAS PARA OS MÉDICOS

- Propaganda de produtos disfarçada de informação "científica"
- Financiamento de conferências para fortalecer o relacionamento com os médicos
- Manipulação por assistência – uso de estratégias para induzir médicos à indicarem os produtos para consumidores diferenciados
- Endosso por associação – distribuição de materiais para nos ambientes médicos, com intuito de associar a marca médico: matérias decorativos para consultórios; pôsteres "educativos"; matérias educativos para entregar às mães

"BABIES MEAN BUSINESS"
PUBLICADO NO THE NEW INTERNATIONALIST EM 1973

Como uma indústria faz para criar consumidores? Existem regras claras:

- Criar uma necessidade onde não existia
- Convencer os consumidores de que seus produtos são indispensáveis para a "boa vida"
- Vincular produtos aos conceitos mais desejáveis e inatingíveis; e depois dar uma amostra... grátis.

- Fonte: https://newint.org//features/1982/04/01/babies/

OS FORMADORES DE OPINIÃO NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL. CASOS DE ENSINO EM ADMINISTRAÇÃO; 2010

Dr. Alberto precisava decidir se faria o curso o **Curso Biogood de Atualização em Pediatria e Nutrição Infantil**. Sabia que **temas importantes na pediatria seriam debatidos durante o encontro, com destaque para a chamada fase crítica** que, como todo pediatra sabe, corresponde ao primeiro ano de vida. Parecia muito interessante, mas pensava:

Por que uma empresa que produz e comercializa fórmulas infantis, indicadas por pediatras, patrocinaria um curso para esses profissionais, sabendo que, pela regulamentação, não é permitida a promoção desses produtos? O que se espera então com isso? Disponível em http://www.anpad.org.br/rac

Os Formadores de Opinião na Alimentação Infantil.
Casos de Ensino em Administração; 2010

Na década de 40 a Biogood Brasil divulgava as fórmulas infantis, principalmente em periódicos dirigidos a médicos. Nas duas décadas seguintes a propaganda dos produtos destinados a lactentes era veiculada nas revistas da época e o destaque era para as **vantagens de natureza nutricional, a confiabilidade e a qualidade do produto**. Nelas, eram frequentes as **imagens de médicos ao lado de famílias que aparentavam saúde, beleza e felicidade**. As mães, que apareciam com seus bebês, sugeriam a idéia de carinho associada ao produto.

Disponível em http://www.anpad.org.br/rac

Os Formadores de Opinião na Alimentação Infantil. Casos de Ensino em Administração; 2010

Até o início da década de 70, pouco se tinha avançado nos estudos científicos sobre o leite materno e os profissionais de saúde resguardavam-se no conhecimento científico disponível sobre a alimentação artificial como resposta ao leite fraco. Durante essa década, a produção de leite em pó no Brasil quadruplicou e os níveis de amamentação atingiram a mediana de 2,5 meses.

https://www.propagandashistoricas.com.br/

Aqui no Brasil, o Conselho Nacional de Saúde aprovou em 1988 a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras, a NBCAL. A norma foi baseada no Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno e também definiu uma série de regras para a comercialização de fórmulas infantis. A NBCAL sofreu revisões em 1992 e em 2000, culminando com a publicação da Lei 11.265, em 2006.

http://www.ibfan.org.br/site/wp-content/uploads/2022/05/CARTILHA-NBCAL-Para-conhecer-a-lei-17-MAI-22.pdf

Casos de Ensino em Administração: Os Formadores de Opinião na Alimentação Infantil. 2010 Disponível em http://www.anpad.org.br/rac

IBFAN

A **Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar** (International Baby Food Action Network – **IBFAN**) foi criada em 12 de outubro de 1979. Esta rede consiste em grupos de interesse público que trabalham em todo o mundo para contribuir para a redução da morbimortalidade de bebês e crianças pequenas. O objetivo da IBFAN é coordenar esforços de proteção ao aleitamento materno, compartilhar informações e aumentar a consciência mundial sobre a importância da amamentação e os perigos potenciais da alimentação artificial na infância, desenvolvendo estratégias que combatam a desnutrição de maneira justa, equitativa e sustentável. A IBFAN também atua contra o papel abusivo do marketing de substitutos do leite materno, para sensibilizar as autoridades internacionais (especialmente a Organização Mundial da Saúde – OMS e o Fundo das Nações Unidas para a Infância – UNICEF) e nacionais quanto à implementação do instrumento que busca controlar tal marketing: o Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno e das Resoluções das Assembleias Mundiais de Saúde a ele relacionadas.

A IBFAN NO BRASIL

Fundada em 1983 pela médica sanitarista Marina Rea, a rede IBFAN está presente atualmente (2021) em mais de 30 cidades brasileiras espalhadas por vários estados de todas as regiões e conta com membros voluntários, profissionais de diversas áreas, mães e pais da comunidade, profissionais ligados a organizações não governamentais de defesa da cidadania e grupos de mães de incentivo da amamentação.

Todos os membros são capacitados no monitoramento da **Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL)** – do qual devem participar, são indicados por pares e assinam Termo de Compromisso quanto ao **não recebimento de patrocínio de companhias produtoras de produtos que competem com a amamentação**.

A IBFAN colabora com a política nacional de aleitamento materno desenvolvendo trabalhos de assessoria, capacitação e de avaliação de programas que incentivam a amamentação.

Dentre as atividades que a IBFAN desenvolve, uma delas é o **monitoramento da NBCAL** realizado anualmente para observar seu cumprimento legal de auto regulamentação por parte das indústrias, comércio e profissionais de saúde.

NOSSA POLÍTICA DE FINANCIAMENTO

A IBFAN não busca nem aceita fundos, doações, presentes ou patrocínios de fabricantes ou distribuidores de alimentos para bebês e crianças pequenas e produtos relacionados (ou de suas entidades de confiança ou fundações) dentro do escopo da **NBCAL.**

Mais informações podem ser obtidas nos sites:

www.ibfan.org.br
www.ibfan.org

http://

E COMO A **NBCAL** **PROTEGE** A AMAMENTAÇÃO?

Como vimos seus principais **objetivos** são:

1. **regulamentar** a promoção comercial e **orientar** o uso apropriado dos alimentos para lactentes e crianças de primeira infância, bem como do uso de mamadeiras, bicos e chupetas;

2. **proteger** e **incentivar** o aleitamento materno exclusivo nos primeiros 6 meses de vida e sua continuidade do os 2 anos de idade ou mais, após a introdução de novos alimentos na dieta dos lactentes.

Para atingir tais **objetivos** as **legislações vigentes** apresentam uma série de artigos que tem por finalidade definir regras para as práticas de comercialização, distribuição e uso dos produtos que estão na abrangência da **NBCAL** fabricados no país ou importados.

UMA **IMAGEM** A PRESERVAR

A competitividade de hoje faz com que as empresas precisem elevar cada vez mais seu padrão de qualidade, a fim de manter uma boa imagem no mercado e, consequentemente, seus lucros. Desde quem fabrica – o **industrial** – passando pelo **comerciante** e pelo **publicitário/meios de comunicação**: todos nesta cadeia tem interesse em **lucros**.

Mais sério e que não deve ser esquecido: como tratamos de produtos que podem substituir a amamentação, desta cadeia fazem parte também os **serviços e profissionais de saúde**, que podem ser usados para aumentar os lucros das empresas.

Assim, esta cartilha irá lhe apresentar como a **NBCAL** **regulamenta** a **fabricação**, a **comercialização**, a **distribuição**, a **propaganda** em suas várias formas e as orientações de uso para produtos fabricados no país ou importados.

Mais sério e que não deve ser esquecido: como tratamos de produtos que podem substituir a amamentação, desta cadeia fazem parte também os **serviços e profissionais de saúde**, que podem ser usados para aumentar os lucros das empresas.

1 FABRICAÇÃO 13
- 15 ROTULAGEM DE ALIMENTOS
- 27 ROTULAGEM DOS PRODUTOS
- 32 COMPOSTO LÁCTEO
- 37 RESPONSABILIDADE DE TODOS
- 39 AMOSTRAS
- 43 PATROCÍNIO, APOIO E PARCERIA
- 46 DOAÇÕES

2 COMERCIALIZAÇÃO 48

3 EDUCAÇÃO 52

4 RESPONSABILIDADES 57

5 PENALIDADES 59

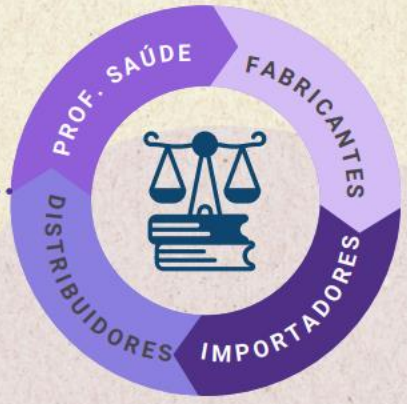
6 DENUNCIE 62

7 FINALIZANDO A CONVERSA 71

8 BIBLIOGRAFIA 75

PATROCÍNIO, APOIO E PARCERIA

Este módulo orienta, **profissionais de saúde, fabricantes, importadores** e **distribuidores** de produtos abrangidos por estas **legislações** sobre patrocínios e doações.



Os "patrocínios" representam evidente **relação conflituosa** entre aqueles que tem interesse em defender o aleitamento materno e aqueles que querem lucrar com produtos artificiais tendo interesse em vendê-los - este **CONFLITO DE INTERESSES** muitas vezes é justificado pelo organizador do evento ou atividade. A rigor, nenhum conflito de interesses deveria ser verificado nas práticas profissionais relacionadas a saúde infantil. Mas, nossa **Lei nº 11.265/2006** permite certos patrocínios, embora atribua responsabilidades a quem os recebe, como veremos:

PATROCÍNIOS PROIBIDOS

- É proibida toda e qualquer forma de patrocínio e ou concessão de estímulos a **pessoas físicas.**
- É proibido patrocínio a associações ou entidades que não sejam reconhecidas nacionalmente.

Art. 9º
Decreto 9.579/18

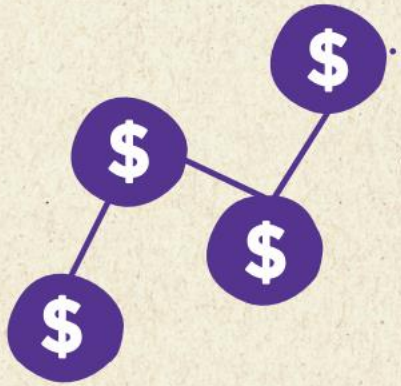
PATROCÍNIOS PERMITIDOS

- Fabricantes, importadores, distribuidores dos produtos abrangidos por essas **legislações** somente poderão conceder patrocínios às entidades científicas de ensino e pesquisa ou associativas de pediatras e Nutricionistas que sejam reconhecidas nacionalmente.

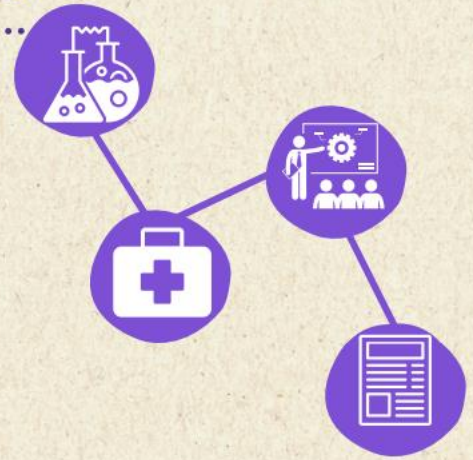
PATROCÍNIOS PROIBIDOS

- É proibida toda e qualquer forma de patrocínio e ou concessão de estímulos a **pessoas físicas.**
- É proibido patrocínio a associações ou entidades que não sejam reconhecidas nacionalmente.

Art. 9º
Decreto 9.579/18



Entende-se por **patrocínio** o custeio total ou parcial de materiais, de programa de rádio ou de televisão, de páginas e dos demais conteúdos da internet e de outros tipos de mídia, de evento, de projeto comunitário, de atividade cultural, artística, esportiva, de **pesquisa ou de atualização científica, ou custeio direto ou indireto de profissionais da área da saúde** para participação em atividades ou incentivo de qualquer espécie;



RESPONSABILIDADES DA ENTIDADE QUE RECEBE ALGUM TIPO DE PATROCÍNIO:

1. NÃO PERMITIR que as empresas financiadoras façam **promoção comercial** nos **eventos** por elas patrocinados, limitando-se à distribuição de material técnico-científico.

2. Incluir, em todo material de divulgação, o destaque: "Este evento recebeu patrocínio de empresas privadas, em conformidade com a **Lei nº 11.265/**de 3 de janeiro de 2006".

3. Quando contempladas com auxílio à pesquisa devem tornar público, na fase de divulgação, o nome da empresa envolvida no auxílio.

4. Na divulgação e durante a realização de eventos patrocinados, zelar para que **NÃO ocorra o trânsito do pessoal das empresas nos berçários, maternidades e unidades de atendimento a lactentes, crianças de primeira infância, gestantes e nutrizes**.

RESPONSABILIDADES DA ENTIDADE QUE RECEBE ALGUM TIPO DE PATROCÍNIO:

NÃO PERMITIR que as empresas financiadoras façam **promoção comercial** nos **eventos** por elas patrocinados, limitando-se à distribuição de material técnico-científico.

The Intercept_ Brasil

Jun 2022

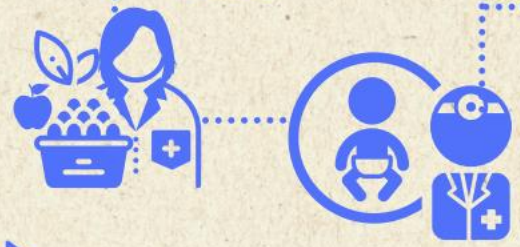
As fotos do congresso dos pediatras ficaram ótimas

Recebidos e dancinhas patrocinadas marcaram o congresso da Sociedade Brasileira de Pediatria.

PAPEL DAS INSTITUIÇÕES DE SAÚDE

- É **proibido** às unidades prestadoras de serviço de saúde **promover os produtos abrangidos por esta Legislação**.
- Representantes comerciais **não podem atuar nas unidades de saúde**, exceto para comunicar ou tratar de aspectos técnico científicos dos produtos com Pediatras e Nutricionistas.
- Instituições de saúde que cuidam de crianças **não podem receber doações ou realizar compras a preços reduzidos** dos produtos abrangidos por esta Legislação.

PAPEL DO PROFISSIONAL DA SAÚDE



- Devem **estimular a prática do aleitamento materno** exclusivo até os seis meses e continuado até 2 anos de idade ou mais.
- Devem **contribuir para a difusão, aplicação e fiscalização** destas legislações, principalmente os vinculados ao SUS - Sistema Único de Saúde e às instituições conveniadas com o mesmo.
- **Somente Médico ou Nutricionista podem prescrever fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes.**
- É **proibido distribuir amostras** de produtos para gestantes, nutrizes ou seus familiares.

EDUCAÇÃO

- É **proibido** às unidades prestadoras de serviço de saúde **promover os produtos abrangidos por esta Legislação**.

- Representantes comerciais **não podem atuar nas unidades de saúde**, exceto para comunicar ou tratar de aspectos técnico científicos dos produtos com Pediatras e Nutricionistas.

Nestlé
PARA UM DESENVOLVIMENTO IDEAL, A PRIMEIRA ESCOLHA É A MAIS IMPORTANTE
NAN
NAN COMFOR 1
NAN COMFOR 2
NAN COMFOR 3
COMO É BOM TER UM APOIO VERDADEIRO, DESDE O COMEÇO
PreNAN
FM85
MELHOR CRESCIMENTO PÓS ALTA
6 A 12 MESES
1 A 3 ANOS
0 A 6 MESES

- Devem **estimular a prática do aleitamento materno** exclusivo até os seis meses e continuado até 2 anos de idade ou mais.
- Devem **contribuir para a difusão, aplicação e fiscalização** destas legislações, principalmente os vinculados ao SUS - Sistema Único de Saúde e às instituições conveniadas com o mesmo.

MATERIAL EDUCATIVO / TÉCNICO / CIENTÍFICO

As **legislações** vigentes se aplicam também aos materiais técnico–científicos e educativos, que tratem da alimentação de lactentes e criança de primeira infância. Vamos entender primeiro de quais materiais estamos falando:

MATERIAL TÉCNICO CIENTÍFICO

É o **material** elaborado com **informações comprovadas** sobre produtos ou relacionadas com o domínio de **conhecimento** da nutrição e da pediatria, destinado aos **profissionais da saúde**.

MATERIAL EDUCATIVO

É o **material escrito ou audiovisual**, destinado ao **público**, para orientar quanto à alimentação de lactentes e de crianças na primeira infância ou sobre a utilização adequada de produtos destinados a lactentes e crianças na primeira infância, tais como **folhetos, livros, artigos em periódico leigo, sistema eletrônico de informações, entre outros:** vídeos, sites, informações de profissionais de saúde, etc.

Art. 20
Decreto 9.579/18

É OBRIGATÓRIO QUE OS MATERIAIS INCLUAM INFORMAÇÕES CLARAS SOBRE:

1. **Benefícios e a superioridade da amamentação.**
2. Orientação sobre a alimentação adequada da gestante e da nutriz, com ênfase na orientação para início e a **manutenção do aleitamento materno** até **2 (dois) anos de idade ou mais**.
3. **Efeitos negativos do uso de mamadeira, bico ou chupeta** sobre o aleitamento natural, principalmente sobre as **dificuldades para o retorno à amamentação**, inconvenientes sobre o preparo dos alimentos e à higienização desses produtos.
4. **Implicações econômicas** por optar pelos alimentos substitutos do leite materno e prejuízos causados à saúde do lactente pelo **uso desnecessário** ou **inadequado** de alimentos artificiais.
5. A importância de desenvolver hábitos educativos e culturais que reforcem a utilização dos **alimentos da família**.

É **proibido** nos **materiais educativos** e **técnico científicos** usar imagens ou textos de profissionais e **autoridades** de saúde, **recomendando ou induzindo** uso de chupetas, bicos ou mamadeiras ou alimentos substitutos do leite materno.

IMPORTANTE: os materiais educativos que tratam de alimentação de lactentes **não podem ser produzidos ou patrocinados por distribuidores, fornecedores, importadores ou fabricantes** de produtos abrangidos pelas legislações.

IMPORTANTE: os materiais educativos que tratam de alimentação de lactentes **não podem ser produzidos ou patrocinados por distribuidores, fornecedores, importadores ou fabricantes** de produtos abrangidos pelas legislações.

Monografia

DANONE
Early Life Nutrition

Chegamos ao fim desta **Cartilha**. Procuramos apresentar a **NBCAL** de uma forma didática. O **objetivo** foi atingido se ao terminar a leitura você estiver convencido de que:

Pode ser um parceiro incentivando e protegendo a amamentação;

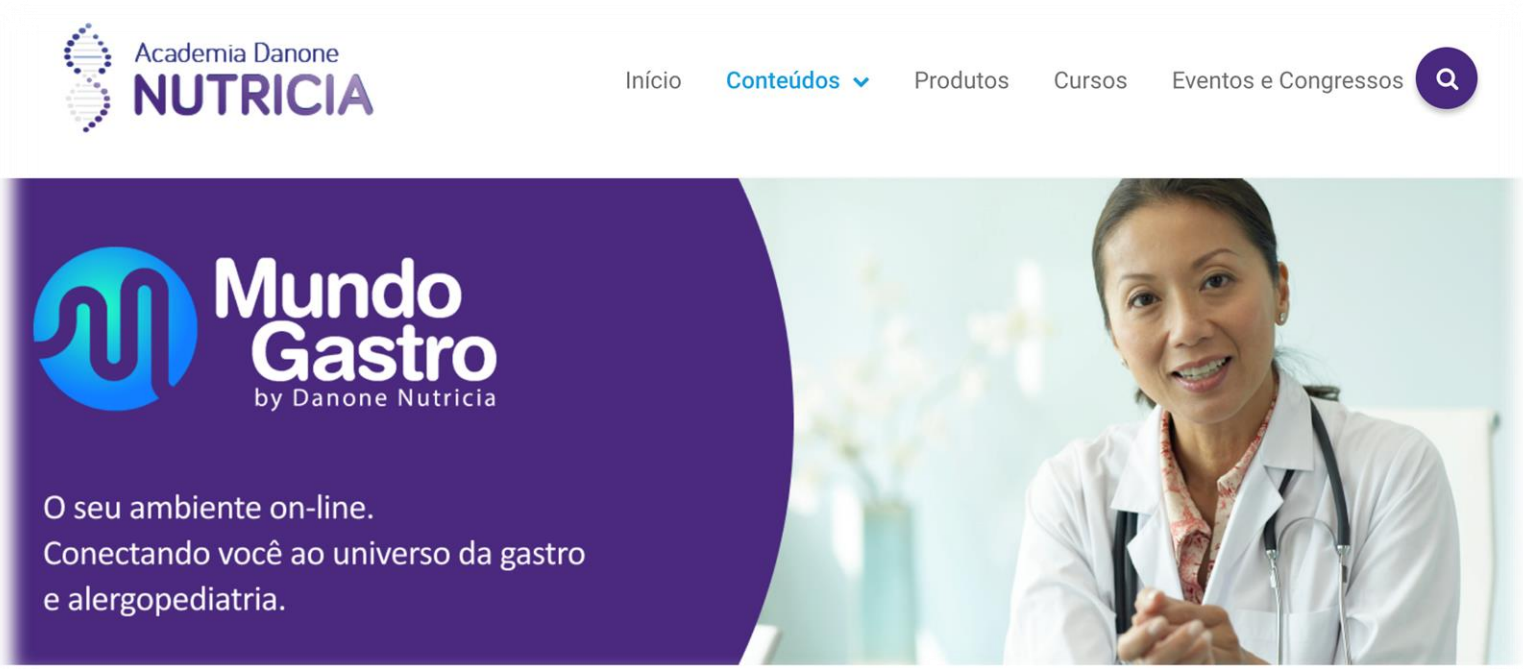
Pode contribuir para a divulgação desta legislação;

Pode ser um consumidor consciente e que não aceita as práticas abusivas de alguns fabricantes ou comerciantes;

Pode e deve denunciar as irregularidades aos órgãos competentes.

Pode ser um consumidor consciente e que não aceita as práticas abusivas de alguns fabricantes ou comerciantes;

Para divulgar suas pesquisas e informações sobre nutrição infantil, a Biogood vem abrindo diferentes canais de comunicação com os profissionais de saúde e nutrição. Em 2008, a empresa colocou no ar o site mundial, voltado para pediatras, nutricionistas, gastroenterologistas, imunologistas e neonatologistas. Nele estão disponíveis as publicações Biogood, bem como artigos e palestras sobre nutrição, aulas on-line, informações sobre eventos e bolsas internacionais patrocinadas pelo Grupo.



Casos de Ensino em Administração: Os Formadores de Opinião na Alimentação Infantil. 2010 Disponível em http://www.anpad.org.br/rac

VÍDEO AULA

Quando indicar FEH ou FAA?

Assista ao vídeo sobre quando indicar fórmula extensamente hidrolisada ou fórmula de aminoácidos para o paciente...

Saiba mais

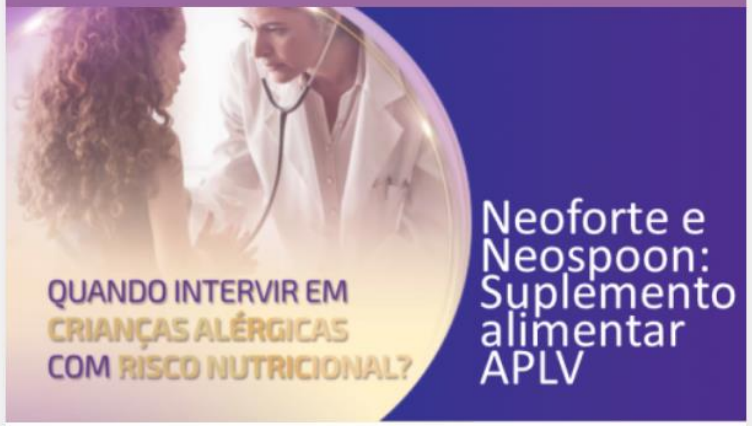
SERVIÇOS PARA VOCÊ

Manejo da regurgitação do lactente

Orientações para o manejo da regurgitação do lactente

Saiba mais

SERVIÇOS PARA VOCÊ



Neoforte e Neospoon: suplemento alimentar...

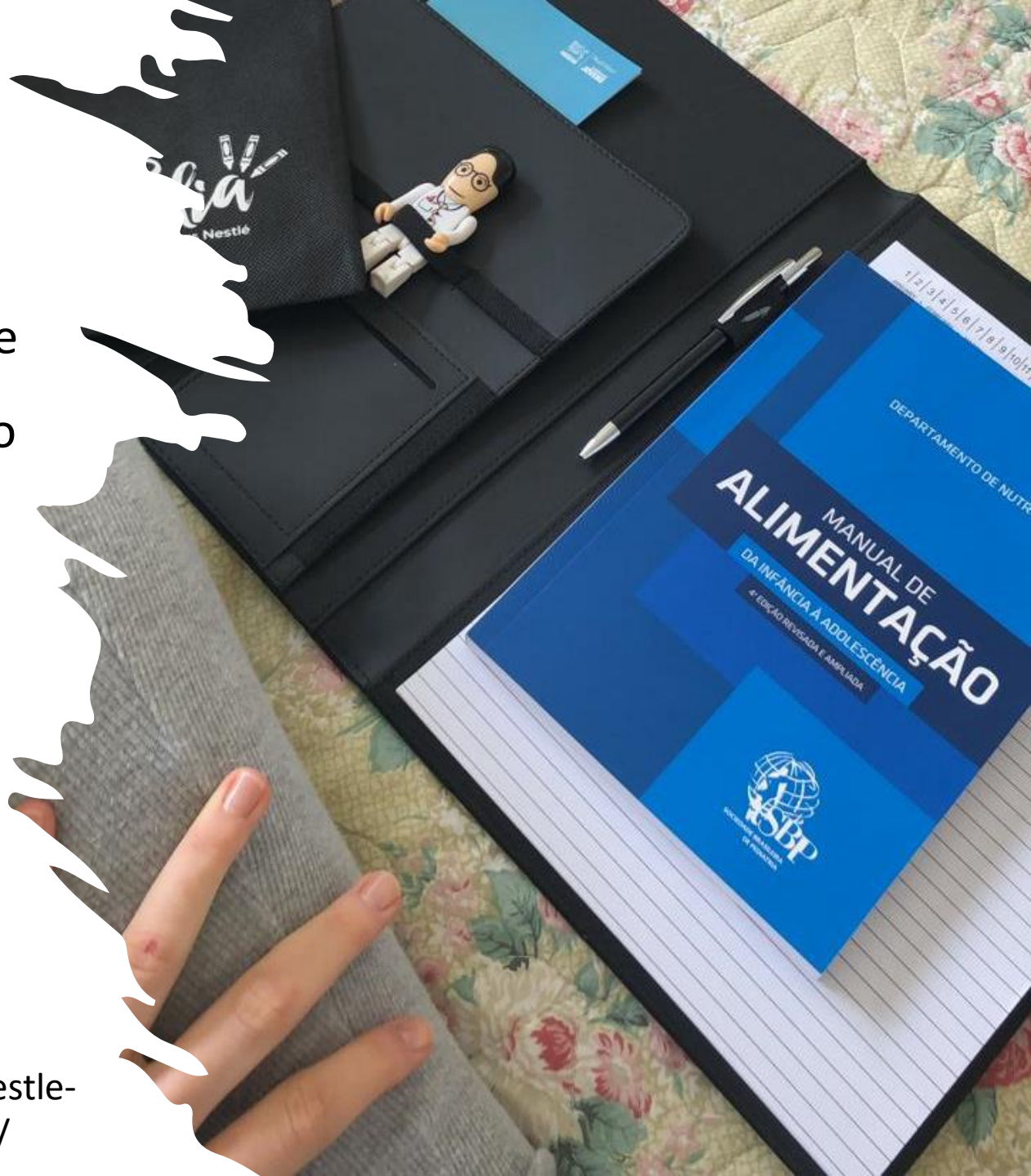
Quando intervir em crianças alérgicas com risco nutricional?

Saiba mais

Criado em 1963 pelo presidente da Biogood na época, o curso de Atualização em Pediatria e Nutrição Infantil transcorre a cada dois anos. Nele são abordados assuntos relevantes de atualização de pediatras, com destaque para a nutrição adequada para crianças de até um ano de idade.

Casos de Ensino em Administração: Os Formadores de Opinião na Alimentação Infantil. 2010 Disponível em http://www.anpad.org.br/rac

https://ojoioeotrigo.com.br/2020/09/infancia-na-mira-nestle-aponta-para-nutricionistas-e-pediatras-na-pandemia/



– André, você não acha complicado que uma empresa que produz e comercializa fórmulas indicadas por pediatras patrocine um evento para a classe?

O Dr. André respondeu:

– Olha, Alberto, eu acredito que a Biogood, como qualquer outra empresa que promove um evento médico, respeita um conjunto de regras. Ela não pode misturar os seus interesses próprios com os da ciência.

Casos de Ensino em Administração: Os Formadores de Opinião na Alimentação Infantil. 2010 Disponível em http://www.anpad.org.br/rac

https://ojoioeotrigo.com.br/2020/09/infancia-na-mira-nestle-aponta-para-nutricionistas-e-pediatras-na-pandemia/

Ao que o Dr. Alberto replicou:

– Tudo bem, André. Mas, se eu tenho o apoio de uma empresa que fabrica determinado produto, a tendência é que eu indique esse produto para o meu cliente. As mães que me procuram acreditam na minha imparcialidade. E aí, como fica?

https://ojoioeotrigo.com.br/2020/09/infancia-na-mira-nestle-aponta-para-nutricionistas-e-pediatras-na-pandemia/

Casos de Ensino em Administração: Os Formadores de Opinião na Alimentação Infantil. 2010 Disponível em http://www.anpad.org.br/rac

https://ojoioeotrigo.com.br/2020/09/infancia-na-mira-nestle-aponta-para-nutricionistas-e-pediatras-na-pandemia/

LOBBY

O ano em que Nestlé e a Sociedade de Pediatria renovaram os votos de uma longeva parceria

https://ojoioeotrigo.com.br/2021/12/o-ano-em-que-nestle-e-a-sociedade-de-pediatria-renovaram-os-votos-de-uma-longeva-parceria/

Em teoria, esses cursos oferecem **aperfeiçoamento profissional**, mas na prática acabam sendo usados como um instrumento para **influenciar a prática clínica e estimular o consumo de produtos da marca**. “Na prática clínica, essa questão dos patrocínios, brindes, jantares, congressos patrocinados e viagens é tida como um **sinal de status**. Significa que você é um bom profissional, reconhecido pela indústria, que sabe que você é bom tecnicamente e se destaca entre seus pares. A indústria quer você próximo, quer sua chancela”

“Duas falas são certas de encontrar nesse discurso: a primeira é que as **crianças não conseguem comer todos os nutrientes que precisam em um dia**. Isso gera uma sensação de insegurança e de dúvida para os pais. Não falam em alimento, apenas em nutrientes”, explica o professor Fernando Lamarca. “O **cientificamente comprovado** também sempre aparece. E a gente questiona **QUE CIÊNCIA É ESSA?** Que referências são usadas e como foram conduzidas? Quem financiou esses estudos?”, questiona.

https://ojoioeotrigo.com.br/2021/12/o-ano-em-que-nestle-e-a-sociedade-de-pediatria-renovaram-os-votos-de-uma-longeva-parceria/

Assim como as fórmulas infantis, as propagandas de cigarros prometem saúde, mas podem causar a morte. E o investimento maciço da indústria do tabaco em pesquisa científica para contestar a ligação irrefutável entre tabagismo e câncer, lembra o **ATUAL ESFORÇO DA INDÚSTRIA DE FÓRMULAS PARA INUNDAR A LITERATURA MÉDICA COM DESCOBERTAS AMBÍGUAS, PARA ENGANAR MÉDICOS E FORMULADORES DE POLÍTICAS.**

https://newint.org//features/1982/04/01/babies/

Convencer os médicos das virtudes dos leites artificiais – ou pelo menos neutralizar sua resistência – é a chave para estabelecer a alimentação artificial. As empresas de fórmula infantil gastam incontáveis milhões de dólares subsidiando móveis de escritório, projetos de pesquisa, presentes, conferências, publicações e viagens, para os médicos. Uma publicação comercial da Abbott Laboratories afirma: "Na verdade, estamos nos esforçando para tornar o médico um vendedor ‘pouco exigido’ para a Abbott".

E é claro que é o comprador comum de leite artificial para bebês que deve pagar uma parte do custo de cada coquetel que um médico consome.

BABIES MEAN BUSINESS

https://newint.org//features/1982/04/01/babies/

Falta capacitação sobre aleitamento, sobram eventos e pesquisas sobre fórmulas. Nos currículos dos cursos médicos no Brasil, a educação em aleitamento materno varia muito. “A formação médica atual é insuficiente em termos de conhecimento teórico e habilidades práticas. Os alunos entendem a importância do aleitamento materno, porém não se sentem preparados para enfrentar os desafios da amamentação e dar suporte às famílias, principalmente quando ocorrem dificuldades”, conclui a pediatra Cecília Freire de Carvalho Pinton, em um trabalho recente em que avaliou a qualidade do currículo das faculdades de Medicina no Brasil.

https://ojoioeotrigo.com.br/2021/12/o-ano-em-que-nestle-e-a-sociedade-de-pediatria-renovaram-os-votos-de-uma-longeva-parceria/

Agora é um momento apropriado para a saúde e nutrição da criança comunidades a pausar e reconsiderar qualquer relacionamento com o indústria de alimentos para bebês, incluindo financiamento para pesquisas, conferências e outras iniciativas educacionais, principalmente quando a alimentação infantil e alergia estão envolvidos. Por isso, apelamos aos departamentos acadêmicos e associações profissionais para demonstrar seu compromisso em proteger a amamentação da influência comercial das empresas de SLM na África do Sul, e declarar posicionamento claro, que sinalize a sua intenção de: recusar quaisquer outras ofertas de patrocínio da indústria para conferências, pesquisa ou programas de ensino; tomar medidas ativas para minimizar o impacto de qualquer conflito de interesse existente; educar os profissionais de saúde e os alunos sobre os benefícios do aleitamento materno; e sobre as medidas para combater os conflitos de interesse associados ao financiamento pelas indústrias de SLM; intensificar os esforços para promover, apoiar e proteger o aleitamento materno; e monitorar a implementação o Código.

Child health, infant formula funding and South African
health professionals: Eliminating conflict of interest. S Afr Med J 2019