



Shutterstock

# Amamentação desvalorizada

Leis de proteção ao aleitamento materno são reiteradamente desrespeitadas, constata balanço de monitoramentos realizados de 2007 a 2014 pela Ibfan Brasil em parceria com o Idec

**T**odas as crianças devem ser alimentadas exclusivamente pelo leite materno até os seis meses de vida e continuar a mamar, em complemento a outros alimentos, até os dois anos de idade, segundo recomenda a Organização Mundial da Saúde (OMS). “O leite materno é o alimento mais indicado para bebês até os seis meses, pois contém nutrientes imprescindíveis para o seu desenvolvimento e anticorpos necessários para a imunidade contra doenças infecciosas e alérgicas”, destaca Ana Paula Bortoletto, nutricionista do Idec.

Mas a realidade brasileira e em muitos outros países é bem diferente. De acordo com a II Pesquisa de

Prevalência de Amamentação nas Capitais e no Distrito Federal, que reúne os dados oficiais mais recentes sobre o assunto, em 2008 a duração média do aleitamento materno exclusivo era de 54,1 dias, e a da amamentação complementada com outros alimentos, de 341,6 dias – menos de um ano. Em todo o mundo, só 38% dos bebês são exclusivamente amamentados até os cinco meses de idade, de acordo com dados de 2014 da Unicef.

Uma das razões para a realidade do tempo de amamentação estar tão distante do ideal são as estratégias publicitárias utilizadas pelos fabricantes de leites artificiais, alimentos infantis industrializados, mamadei-

ras e chupetas – produtos que desestimulam ou prejudicam a amamentação.

Para proteger o aleitamento materno do marketing anti-ético, o Brasil aprovou, em 1988, a Norma Brasileira para Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Protetores de Mamilo (NBCAL) e, em 2006, a Lei Federal nº 11.265. “Essa lei é muito importante porque é hierarquicamente superior a todas as regulamentações e normas expedidas por órgãos governamentais. Mas, para que a sua aplicabilidade seja efetiva, a lei precisa ser regulamentada”, opina Fabiana Müller, presidente da Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (Ibfan) no Brasil. A nutricionista do Idec concorda: “A falta de regulamentação da lei e de fiscalização contribui para que as violações continuem e para que produtos industrializados permaneçam no mercado competindo com o leite materno”, diz.

Questionada sobre a inércia em relação à regulamentação da lei, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), responsável por tal medida, informa que já avaliou o tema e que a proposta de norma já foi enviada ao Ministério da Saúde, mas não tem mais detalhes sobre a evolução da discussão.

### LEI DESRESPEITADA

Há 26 anos, a Ibfan Brasil monitora o cumprimento da NBCAL pelas empresas. Essas pesquisas, invariavelmente, revelam um cenário de desrespeito às leis de proteção à amamentação. Desta vez, a organização, em parceria com o Idec, analisou os resultados das pesquisas feitas de 2007 a 2014 – após a aprovação da lei federal, portanto – e constatou que as infrações relacionadas à comercialização e marketing dos produtos aumentaram muito. Se em 2007/2008 a comercialização e publicidade de produtos representava 66% das infra-

### COMO FOI FEITA A PESQUISA

O Idec e a Ibfan Brasil compilaram e analisaram os resultados dos monitoramentos do cumprimento da NBCAL de 2007 a 2014, realizados a partir do trabalho de voluntários da Ibfan em 18 estados.

As infrações foram divididas em três categorias: *comércio, promoção e publicidade* (divulgação em pontos de venda, folhetos promocionais, páginas eletrônicas, revistas, jornais, rádio, TV e carros institucionais); *rotulagem* (de alimentos indicados para crianças de até três anos, bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilos); e *educação e informação* (material educacional – destinado ao público geral – e material técnico-científico – destinado aos profissionais da saúde – impresso ou on-line sobre alimentação infantil, bicos, chupetas e mamadeiras; e prática de representantes da indústria em serviços de saúde e eventos científicos).

### Monitoramento 2014

No ano passado, a Ibfan e o Idec identificaram 114 infrações, de 35 empresas, à NBCAL e à Lei nº 11.265/2006. Dessas, três empresas cometeram irregularidades na rotulagem de bicos, chupetas e mamadeiras; duas na rotulagem de alimentos; seis fizeram promoção comercial indevida na internet; 22 promoveram produtos de forma irregular em pontos de venda; uma promoveu produtos irregularmente em painéis do *tipo banner*; e uma distribuiu brindes a profissionais de saúde.

Para saber mais detalhes sobre o monitoramento do ano passado, conferir quais foram as empresas infratoras e o que elas responderam, acesse o site do Idec: <http://goo.gl/sdNdYK>

ções, em 2014 os problemas nessa categoria passaram a dominar o mercado, com 95,6% das irregularidades identificadas.

De acordo com Müller, o incremento nas práticas de marketing é perceptível “por meio do tipo de linguagem utilizada nos rótulos, nas embalagens e na promoção comercial dos produtos”. Ela cita como exemplo rótulos de alimentos à base de cereais que costumam conter informações que podem induzir o consumidor ao uso, baseado em falsos conceitos de vantagem ou de segurança, como “sustenta de verdade”.

Já os problemas com rotulagem, embora ainda existam, estão em proporção bem menor: há oito anos, a categoria respondia por 44% das infrações, enquanto no ano passado a sua participação caiu para 3,5%.

Para a nutricionista do Idec, a análise dos resultados dos últimos oito anos mostra que a situação está estagnada. “As violações à legislação protetora da

**“A falta de regulação da lei e de fiscalização contribui para que produtos industrializados continuem competindo com o leite materno”**

Ana Paula Bortoletto, nutricionista do Idec

amamentação continuam. As leis não têm sido suficientes para coibir algumas práticas não éticas de fabricação, comércio e publicidade”, reclama Bortoletto, que cobra do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, composto pela Anvisa e por vigilâncias sanitárias estaduais e municipais, uma fiscalização mais rigorosa dos produtos, fabricantes e comerciantes do setor. O Instituto notificou a Anvisa e o Ministério da Saúde sobre os resultados do monitoramento.

### SOCIEDADE ATENTA

Apesar de todos os problemas identificados nos monitoramentos, a presidente da Ibfan Brasil é otimista em relação a mudanças no cenário futuro. “Nossa experiência tem demonstrado que os esforços em treinar equipes e monitorar as estratégias de marketing são decisivos para a mudança nas práticas comerciais. Também é muito importante

que a sociedade denuncie as práticas abusivas”, diz Müller.

A internet tem facilitado a disseminação de informações a respeito do assunto, com o surgimento de novos grupos nas redes sociais, novos blogs e sites em prol da amamentação. Um dos mais antigos é o *Amigas do Peito*, criado em 1980. Em resposta coletiva enviada por e-mail, as organizadoras do grupo disseram que, no início, elas não percebiam a influência da propaganda na desvalorização da amamentação. “Depois de muitas conversas, começamos a notar e a nos indignar com a quantidade de imagens e frases que apresentam outras formas de alimentação que não os nossos peitos. Hoje, temos clareza da influência que o marketing de fórmulas artificiais, alimentos infantis e até de bonecas que chupam chupeta e tomam mamadeira exerce na cultura. Ele também é responsável pela dificuldade de se manter o

### Regras pró-amamentação

As leis e normas de proteção à amamentação no Brasil estabelecem que:

- É proibida qualquer promoção comercial de fórmulas infantis, mamadeiras, bicos, chupetas e protetores de mamilo.
- Na promoção de alguns produtos, como leites em geral e qualquer alimento e bebida indicado para crianças menores de três anos, é preciso ter uma frase de advertência sobre a importância do aleitamento materno.
- No rótulo dos produtos, é proibido utilizar imagens de lactentes ou crianças pequenas; frases que coloquem em dúvida a capacidade das mães de amamentar;
- É proibido utilizar expressões que indiquem ou façam o consumidor acreditar que o produto é apropriado para bebês com menos de seis meses; e usar informações que induzam o uso baseado em falso conceito de vantagem ou segurança.

aleitamento pelo tempo determinado pela OMS”.

Confira, no quadro acima as principais normas em vigor sobre a comercialização, a publicidade e a rotulagem de produtos e alimentos infantis que podem prejudicar a amamentação. Caso identifique alguma irregularidade, denuncie à Anvisa (ouvidoria@anvisa.org.br) ou, se o problema for no estabelecimento comercial, ao órgão de vigilância sanitária de seu município. “É importante apresentar ‘provas’ da infração, como fotos ou o rótulo do produto em si, pois serão a partir delas que as ações de fiscalização serão efetivadas”, informa Bortoletto. ■

### Infrações à legislação pró-amamentação de 2007 a 2014

Infrações	2007/2008	2009/2010	2011	2012	2013	2014
<b>Comércio/promoção e publicidade</b>						
	<b>66</b> (46%)	<b>125</b> (91%)	<b>55</b> (58%)	<b>77</b> (73,5%)	<b>60</b> (86%)	<b>109</b> (95,6%)
• Promoção em estabelecimentos comerciais:	39	20	28	12	38	63
• Material promocional:	13	42	12	15	9	3
• Promoção em páginas eletrônicas:	14	63	15	50	13	43
<b>Rotulagem</b>						
	<b>62</b> (44%)	<b>5</b> (4%)	<b>31</b> (33%)	<b>10</b> (9,5%)	<b>7</b> (10%)	<b>4</b> (3,5%)
• Alimentos:	42	5	17	5	3	1
• Bicos, chupetas e mamadeiras:	20	0	14	5	4	3
<b>Educação e informação</b>						
	<b>15</b> (10%)	<b>9</b> (5%)	<b>9</b> (9%)	<b>18</b> (17%)	<b>3</b> (4%)	<b>1</b> (0,9%)
• Material técnico-científico e educativo:	15	7	8	13	2	1
• Eventos:	0	2	1	5	1	0
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>139</b>	<b>95</b>	<b>105</b>	<b>70</b>	<b>114</b>



#### SAIBA MAIS

- Ibfan Brasil: <http://www.ibfan.org.br/site/>
- Amigas do Peito: <http://www.amigasdopeito.org.br/>