



Shutterstock

# Inimigos do peito

Num país como o Brasil, em que o tempo médio de aleitamento materno é muito menor do que o recomendado pela Organização

Mundial de Saúde, muitas empresas de produtos para bebês ainda descumprem a Lei nº 11.265/06, criada para protegê-los

**D**e acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS) e o Ministério da Saúde, os bebês devem ser alimentados exclusivamente com leite materno até os 6 meses de idade, ou seja, nesse período, nada de mamadeira com água, chá ou outro tipo de leite, a menos que tenha sido recomendação médica, em função de alguma doença específica. Refrigerantes, sucos, doces e sopinhas, então, nem pensar. Infelizmente, de acordo com Rosana De Divitiis, coordenadora da Ibfan Brasil, da Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar, ainda estamos longe do ideal. “A última pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde nas capitais brasileiras e no Distrito Federal [II Pesquisa de Prevalência do Aleitamento Materno], em 2008, mostrou que a duração média do aleitamento exclusivo era de 54,1 dias”, ela informa.

Segundo a médica especialista em

**Segundo pesquisa do Ministério da Saúde, o aleitamento exclusivo dura em média apenas 54,1 dias (menos de dois meses)**

lactação humana e fundadora da Ibfan Brasil, Marina Rea, o leite materno é suficiente até os 6 meses de vida, pois contém todos os nutrientes necessários para o desenvolvimento do bebê, além de protegê-lo de muitas doenças. Após os 6 meses, o leite materno deve ser complementado com alimentos saudáveis até os 2 anos de idade. As mulheres que trabalham fora podem colher o leite e guardá-lo no congelador para que a criança o beba durante o dia. Infelizmente, a mesma pesquisa do Ministério da Saúde, realizada em 2008, mostrou que a média de tempo de amamentação no país não passa de 342 dias (menos de um ano). E o mais preocupante: 71,7% das crianças de 9 a 12 meses de vida já consumiam bolachas e salgadinhos, 11,6% já tomavam refrigerantes, e 8,7%, café!

Para Marina Rea, incentivar e orientar a amamentação, esclarecer a respeito de seus benefícios e combater o marketing ilegal de alimentos para bebês e mães são formas de combater a mortalidade infantil. De acordo com relatório médico do periódico *The Lancet*, 1,4 milhões de mortes infantis poderiam ser evitadas anualmente no mundo se to-

dos os bebês fossem amamentados de forma adequada.

### PROTEÇÃO GARANTIDA POR LEI

Em 1988, graças ao empenho da Ibfan Brasil, o governo brasileiro aprovou a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes, Bicos, Chupetas, Mamadeiras e Protetores de Mamilos (NBCAL), cumprindo parte do compromisso internacional assumido de garantir o direito humano à segurança alimentar, por meio da adoção de políticas públicas e ações contra a pressão comercial das grandes indústrias do setor, que tentam convencer as mães de que seus produtos são saudáveis e essenciais para seus filhos. A norma foi revisada em 1992, 2001 e 2002, e complementada com as resoluções (RDCs) nº 221 e nº 222 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Em 2006, finalmente, a NBCAL virou lei (a de nº 11.265), mas ainda não foi regulamentada.

Todos os anos, desde 1988, a Ibfan Brasil realiza uma pesquisa nacional para observar se a antiga NBCAL, atual Lei nº 11.265/06, está sendo cumprida. E os resultados não têm sido animadores. Os últimos monitoramentos revelam a persistência das infrações e também o incremento das práticas de marketing utilizadas por indústrias, importadores, distribuidores e comerciantes de alimentos infantis, bicos, chupetas e mamadeiras, o que reforça a necessidade de maior vigilância por parte da Anvisa e também das organizações da sociedade civil, como a Ibfan e o Idec, que defendem essa causa. “Ainda há muito desconhecimento dessa legislação, principalmente por parte dos comerciantes locais. No entanto, grandes redes, como Carrefour, Extra, Lojas Americanas etc., a conhecem e continuam a infringi-la”, protesta Rosana.

Os dados deste ano foram coletados em 22 municípios de 13 estados brasileiros, entre março e junho de 2011. Foram constatadas 95 irregularidades

### Trinta anos de Ibfan Brasil

A Ibfan Brasil foi fundada em 1981 pela médica sanitária Marina Rea, que um ano antes havia se encantado com o trabalho da Ibfan Internacional. A partir da aprovação do Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno, ela começou a procurar médicos de vários estados brasileiros para, juntos, criarem um código nacional e realizar o monitoramento do marketing de produtos substitutos do leite materno. Essa rede nacional cresceu e conseguiu grandes avanços. “O principal foi, sem dúvida, a criação da NBCAL, em 1988”, afirma Marina, que coordenou a elaboração da norma.

Uma das missões da Ibfan Brasil é incentivar e apoiar ações dos governos municipais, estaduais e federal. De acordo com Marina Rea, que também é pesquisadora do Instituto de Saúde da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo e consultora do Ministério da Saúde, nas últimas décadas esse ministério tem realizado uma série de políticas públicas de sucesso. Conheça alguns programas de defesa da amamentação no site do Ministério da Saúde <<http://goo.gl/4IDNW>>.

em 76 empresas. As principais infrações à lei referem-se à promoção indevida de produtos em supermercados, farmácias, lojas de artigos infantis, sites na internet e eventos. Também foram observados problemas na rotulagem dos produtos mencionados na lei, que não traziam informações adequadas, além de irregularidades nas informações disponíveis em materiais educativos e técnico-científicos. Rosana De Divitiis explica que a Ibfan só pode fazer o controle social, e que o resultado de seus levantamentos sempre é encaminhado a órgãos reguladores e fiscalizadores como Anvisa, Ministério da Saúde e Ministério da Agricultura. Mas lamenta até hoje nunca ter recebido respostas a respeito das providências tomadas por esses órgãos.

As empresas que não respeitam a Lei nº 11.265/06 receberam uma notificação elaborada pela Ibfan, em parceria com o Idec. Das 76 empresas notificadas, apenas 43 responderam. Destas, 20 concordaram com os apontamentos feitos e se comprometeram a corrigir as irregularidades. De acordo com Susany Moraes, assessora jurídica da Anvisa, os casos encaminhados pela Ibfan são tratados como denúncias e apurados pelas vigilâncias sanitárias dos estados e municípios. Eles podem dar início a um processo adminis-

## BICOS, CHUPETAS, MAMADEIRAS E PROTETORES DE MAMILO

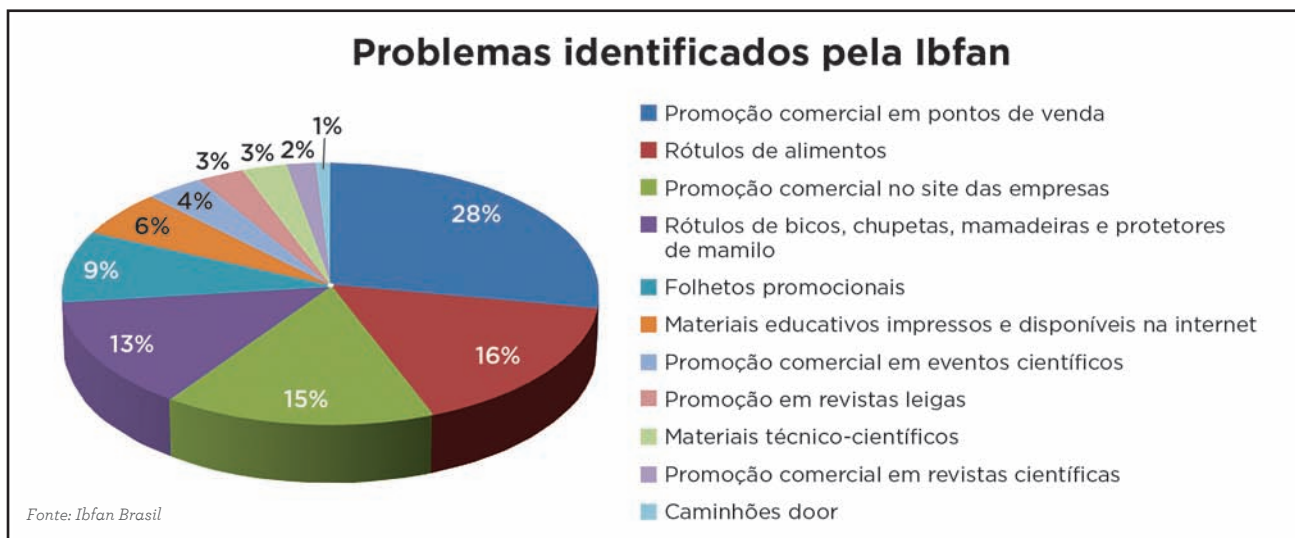
De acordo com a Resolução (RDC) nº 221/02 e a Lei nº 11.265/06, o rótulo desses produtos não pode trazer ilustrações, fotos ou imagens de crianças; figuras humanizadas; personagens infantis que se assemelhem a lactentes e a crianças de primeira infância; humanos ou não utilizando mamadeiras e chupetas. As embalagens também não podem apresentar denominações como “bebê” e “baby”, nem falsas alegações de segurança ou vantagem para o desenvolvimento da criança; e devem trazer a seguinte frase de advertência “O Ministério da Saúde Adverte: a criança que mama no peito não necessita de mamadeira, bico ou chupeta. O uso de mamadeira, bico ou chupeta prejudica o aleitamento materno”.

A Ibfan notificou 14 empresas por irregularidades nas embalagens.



trativo sanitário, que, por sua vez, pode culminar na penalização da empresa, de acordo com a Lei nº 6.437/77 ou com os códigos sanitários locais.

Segundo Rosana De Divitiis, a falta de regulamentação da lei facilita o seu descumprimento. A REVISTA DO IDEC questionou a Anvisa sobre os motivos da demora para regulamentar a lei. Susany Moraes afirmou que uma proposta de decreto para regulamentá-la está sendo encaminhada ao Ministério da Saúde, para posterior envio à Casa Civil.



# Principais irregularidades

## Promoção indevida

Vinte e oito empresas foram notificadas, seja por oferecer preços mais vantajosos a fórmulas infantis para lactentes, pela exposição desses produtos em destaque nos postos de venda ou pela divulgação indevida em seu site, folhetos etc. Todas essas condutas são proibidas pela legislação.

## Rótulo inadequado

Depois da promoção indevida, as irregularidades que mais apareceram são referentes ao rótulo. Foram 17 notificações. A maioria por sugerir que o produto é o mais adequado aos bebês, e não colocar ou não dar o devido destaque às advertências do Ministério da Saúde sobre a importância do aleitamento materno, e por afirmar que seus produtos fazem bem à saúde. Veja alguns deles a seguir:

### Alimento com soja original Ades, da Unilever



Foto: Izilda França

- **Problema:** não apresenta frase de advertência no rótulo. Além dos leites fluídos e em pó, os leites modificados e similares de origem vegetal devem conter a frase “O Ministério da Saúde adverte: Este produto não deve ser usado para crianças menores de 6 meses de idade, a não ser por indicação expressa de médico ou nutricionista. O aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 2 (dois) anos de idade ou mais”.
- **Resposta da empresa:** alegou que esse produto não é regulamentado pela Lei nº 11.265/06.

### Sustagem Kids, da Mead Johnson Nutrition



- **Problema:** não apresenta em destaque no rótulo a idade à qual se destina, nem a frase de advertência. Além disso, apesar de ser indicado para crianças maiores de 4 anos, sugere que pode ser consumido a partir dos 2 anos.
- **Resposta da empresa:** informou que o produto traz apenas informação sobre o gosto das crianças nessa fase, e não que é indicado a partir de 2 anos.

### Caprilat, da Leite Canaan

- **Problema:** o rótulo contém frases que podem induzir ao falso conceito de vantagem ou segurança: “O melhor para a sua família” e “O leite de cabra é um alimento de alto valor nutricional”; além de apresentar a frase de advertência com caracteres menores que os da designação do produto.
- **Resposta da empresa:** defende que as informações sobre a qualidade do leite de cabra são embasadas em referências bibliográficas. Entretanto, a Ibfan considera que cabe apenas ao médico e ao nutricionista a indicação de substitutos do leite em casos de intolerância ou alergias alimentares. Quanto à frase de advertência, a empresa prontificou-se a regularizá-la.



### Sustare Criança, da Olvebra

- **Problema:** não apresenta a idade para a qual o produto se destina em destaque no rótulo, nem a frase de advertência. A idade só consta abaixo da tabela nutricional, com os dizeres “IDR para crianças de 4 a 6 anos”.
- **Resposta da empresa:** alegou que o produto não se enquadra na Lei nº 11.265/06, pois “trata-se de alimento adicionado de nutrientes essenciais e não é indicado para lactentes e crianças de primeira infância”.



## Sem resposta ☹️

Entre as empresas que não responderam à notificação da Ibfan estão **Nestlé do Brasil** (leite UHT integral Ninho), **Dia Brasil** (farinha de arroz Mingalon), **Indústria de Laticínios Palmeira dos Índios** (leite UHT desnatado), **Tio Vieira Distribuidora** (farinha Neném) e **Usina de Beneficiamento Godiva Alimentos** (leite UHT integral e lácteos Godan).



## Sustain Júnior, da Danone



- **Problema:** o rótulo traz frases que podem induzir ao uso do produto baseadas no falso conceito de vantagem e segurança (por exemplo, “Sustenta de verdade”). Além disso, informa a idade para a qual o produto é indicado em letras muito pequenas.
- **Resposta da empresa:** afirmou que trabalha em total conformidade com a Lei nº 11.265/06.

## PediaSure, da Abbott



- **Problema:** o rótulo apresenta informações que podem induzir ao uso em função do falso conceito de vantagem e segurança, e não contém a frase de advertência.
- **Resposta da empresa:** explicou que o produto não é substituto do leite materno, apenas um complemento.

## Nutribom, da Nutrimental



- **Problema:** o rótulo contém informações que podem induzir ao uso em função do falso conceito de vantagem e segurança, e não apresenta a frase de advertência e a idade para a qual o produto se destina. Além disso, são divulgados outros produtos da empresa na embalagem.
- **Resposta da empresa:** justificou que a linha Nutribom não se enquadra na lei porque se destina a crianças maiores de 4 anos.

O Idec lamenta posicionamentos como esses, pois em vez de se comprometerem com a adequação dos produtos à legislação vigente, as empresas preferem questionar a avaliação e se aproveitar da falta de regulamentação para continuar infringindo a lei.

## Ação internacional

Patti Rundall, diretora de políticas da ONG inglesa Baby Milk Action, ligada à Ibfan Internacional, fala a seguir sobre a importância da Ibfan no fortalecimento do Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno.



Christine Daddington

### Como a Ibfan tem contribuído para a defesa da amamentação?

**Patti Rundall:** Se não fosse a Ibfan, o Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno seria um texto esquecido, e as resoluções posteriores — que têm feito muito para fortalecê-lo — não existiriam.

### Que países vêm implementando códigos nacionais de forma eficaz?

**PR:** A Índia proibiu de forma abrangente a promoção de todos os produtos para crianças menores de 2 anos. No Brasil, a legislação tem contribuído para aumentar o período médio de aleitamento.

### Qual é a melhor forma de penalizar as empresas por violarem esses códigos?

**PR:** As multas — como as do Reino Unido, que já chegaram a £ 60 mil (cerca de R\$ 170 mil) — e a restrição ao marketing de alimentos destinados à primeira infância, porque limita o crescimento do mercado. Além, claro, da propaganda negativa da empresa.

### Você é a favor da proibição total da publicidade destinada ao público infantil?

**PR:** Sim, para crianças de até 5 anos.

### No Brasil, há muito tempo as empresas de fórmulas infantis patrocinam eventos científicos. O que você acha dessa relação entre os profissionais de saúde e as indústrias?

**PR:** Essa é uma questão realmente importante e está no cerne da nossa campanha. Eu não aceito a ideia de que seja impossível organizar cursos ou eventos sem dinheiro de empresas de fórmulas. Por que os médicos não podem pagar pelo seu almoço, por exemplo?

Estamos constantemente insistindo para que o governo proíba a publicidade de substitutos do leite materno, até mesmo nas publicações da empresa. ■