

Histórico

- Para proteger, promover e apoiar a amamentação, em 1981 foi lançado o **Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno** (Código) visando a adoção de políticas efetivas pelos governos ^[1].
- O Brasil seguiu as recomendações e em 2006 foi sancionada a **Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL)**, um conjunto de normas que regulam a promoção comercial e a rotulagem de alimentos e produtos destinados a recém-nascidos e crianças de até três anos, como leites, papinhas, chupetas e mamadeiras ^[2]. Ela é o ápice de uma série de regulações criadas a partir de 2001 que são diretamente ligadas ao aumento dos índices de amamentação do país.
- Outro avanço importante para o país foi a inclusão do direito à licença maternidade de 120 dias na Constituição Federal do Brasil ^[3, 4].
- Esses foram marcos importantes, já que entre **1996 e 2006**, o **índice de aleitamento materno exclusivo nos 6 primeiros meses foi de 23,9% para 37,1%**.
- Entre 2006 e 2013, o aleitamento materno exclusivo nos 6 primeiros meses estagnou, mas em 2019 o índice voltou a crescer e atingiu 45%.
- Então, a indústria passou a investir na promoção de produtos que têm uma regulamentação mais branda, permitindo a publicidade, como snacks e compostos lácteos. Assim, **entre 2006 a 2020 as vendas de produtos que competem com o aleitamento materno (PCAM) aumentaram 750,0%**. E a categoria de fórmulas especializadas, como sem lactose, para insônia ou má digestão, cresceu 23 vezes no mesmo período, atingindo R\$ 307 milhões de vendas em 2020 ^[5].
- O aumento das vendas pode ser explicado pela exposição à publicidade agressiva e às estratégias de promoção de PCAM) ^[6 - 11].
- O sistema alimentar para crianças menores de três anos tem sido moldado por empresas transnacionais, especialmente a Nestlé, a Danone, a Reckitt Benckiser (Mead Johnson), a Abbott Laboratories e a Friesland Campina – contribuindo para a redução da amamentação e o aumento do uso de PCAM ^[12 - 16].
- Essas empresas e grupos afiliados desenvolvem atividades políticas corporativas (APC) para neutralizar ameaças regulatórias e promover ambientes políticos, regulatórios e de conhecimento favoráveis, que permitem sua publicidade e expansão contínua do mercado ^[12-18].

Referências

Veja todas as referências desse documento em:

bit.ly/referencias-facsheet-amamentacao

O Idec (Instituto de Defesa de Consumidores) é uma associação de pessoas consumidoras sem fins lucrativos, independente de empresas e governo, que trabalha há mais de 35 anos por relações de consumo justas, sustentáveis e saudáveis.

Orientamos pessoas consumidoras sobre seus direitos e atuamos em causas de diversas áreas, pressionando autoridades, denunciando práticas abusivas e mobilizando a sociedade.

Além disso, representamos milhares de vozes frente ao poder público e judiciário que exigem a garantia e o avanço dos direitos por acesso digno a serviços de saúde, uma alimentação mais saudável, produtos e serviços livres de violações socioambientais em suas cadeias, educação financeira, segurança dos dados e muitas outras lutas importantes para o exercício da cidadania.

Acesse o link ao lado para saber mais sobre esse trabalho e junte-se a nós!



idec
instituto de defesa
de consumidores

QR CODE idec.org.br/associe-se

Amamentação, alimentação complementar e o poder das indústrias: um estudo de caso



- No início de 2024, a revista científica *Globalization and Health* publicou um importante estudo que mostra o poder da indústria para interferir na alimentação infantil.
- Intitulado *"Breastfeeding, first-food systems and corporate power: a case study on the market and political practices of the transnational baby food industry in Brazil"*, o estudo tem como objetivo:

- Descrever e compreender o poder da indústria de alimentos infantis e as atividades políticas corporativas (APC) usadas para moldar o sistema alimentar para a criança menor de três anos no Brasil;
- E investigar como os defensores da amamentação, bem como os decisores políticos, resistem a esta influência para desenvolver uma legislação e um quadro político nacional forte de proteção da amamentação.

Metodologia



Atividade política corporativa da indústria de alimentação infantil no Brasil



Driblando os preços e as políticas regulatórias

- Em meados da década de 1980, a indústria começou a comercializar as chamadas “fórmulas de seguimento” e leites infantis para bebês mais velhos e crianças pequenas, aumentando os limites de idade para direcionamento de seus produtos ^[12].
- As fórmulas de seguimento e os leites infantis foram rotulados de maneira quase idêntica às fórmulas infantis e, portanto, usados para “promoção cruzada” de gamas inteiras de produtos das principais marcas ^[6].
- Em 2019, 13 marcas diferentes de leite infantil estavam disponíveis para os consumidores brasileiros, fortemente promovidas nas redes sociais e normalmente com apelos promocionais nos rótulos, brindes e reduções de preços ^[19].
- O marketing intensivo iniciado pela indústria coincidiu com o declínio da amamentação e a normalização do uso de fórmulas. Ao mesmo tempo em que houve um aumento do consumo de ultraprocessados entre adultos e crianças.

Construindo alianças estratégicas e a influência na formulação de políticas públicas

- As empresas que fabricam de produtos que competem com o aleitamento materno (PCAM) trabalham em alianças estratégicas, fazendo parte de um conjunto mais vasto e poderoso de empresas do agronegócio e da indústria de alimentos, nacional e internacionalmente. Assim, elas conseguem promover uma imagem de responsabilidade social, incluindo o “apoio à amamentação” ^[12, 16].
- **A indústria de alimentos para bebês e seus lobistas têm acesso facilitado aos formuladores de políticas e agências reguladoras no Brasil, indicando o potencial para influenciar suas crenças e práticas. Em contrapartida, os grupos da sociedade civil, no geral, têm acesso limitado.**
- Cabe destacar o processo de interferência na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) que, apesar de ter a atribuição de monitorar a implementação da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL), foi considerada como ‘permeada’ dos interesses das indústrias;

Capturando pediatras brasileiros

- A indústria de alimentos para bebês também cooptou as principais associações de profissionais de saúde para influenciar as normas e práticas profissionais, especialmente as associações pediátricas.
- A Nestlé tem um relacionamento de longa data com a Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) – que também mantém laços com a Danone. **Desde 1956, a Nestlé realiza um curso de “atualização em pediatria”, em parceria com a SBP. Em 2020, a parceria também rendeu um programa de formação para estudantes residentes de pediatria, que prometia uma bolsa de estudos no exterior para quem tivesse um bom desempenho.**
- Essas são situações de conflitos de interesse e comprometem a integridade dos profissionais de saúde no Brasil ^[6, 20], levando ao questionamento das políticas e práticas adotadas por essas categorias profissionais.

Mobilização da sociedade civil, compromisso político e respostas políticas

- **O Brasil tem legislação nacional e estrutura política de proteção à amamentação. A mobilização de grupos da sociedade civil no país, ligados a movimentos internacionais em prol da amamentação, foram essenciais nesse processo.**
- Isto ocorreu paralelamente a períodos de maior compromisso político com a amamentação no país, e de alterações constitucionais e reformas de políticas sociais que consagram o direito à saúde, à alimentação e à amamentação. Cabendo destaque:

- 1976** Programa Nacional de Alimentação e Nutrição (PRONAN);
- 1981** Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno (PNIAM)
- 1988** NBCAL
- 2013** Estratégia Amamenta e Alimenta Brasil (EAAB)
- 2021** Guia Alimentar para Crianças Brasileiras Menores de 2 Anos

Recomendações

- É necessário **reduzir a interferência da indústria e os conflitos de interesse** na elaboração e na implementação de políticas públicas e na prática dos profissionais de saúde. E também ampliar a participação da sociedade civil e de pesquisadores livres de conflitos de interesse na construção e na implementação dessas políticas.
- Tais ações ajudarão a promover os direitos à saúde, à alimentação e à nutrição das mães e crianças acima dos interesses comerciais.



Eles têm diversas estratégias, por exemplo: convidar ministros para grandes eventos, (...) ir à Casa Civil [Gabinete Executivo da Presidência da República]. São vários [representantes da indústria] ao mesmo tempo, viajando com o Ministro das Relações Exteriores - essa é uma estratégia que eles usam ^(E06).



Muito presente, por exemplo, [está um] representante da Mead Johnson [que] entra sem precisar se identificar (...) [a] indústria entra e passa direto, dando claramente a impressão de que entra na hora que quiser.

Relatos reproduzidos no estudo *Breastfeeding, first-food systems and corporate power: a case study on the market and political practices of the transnational baby food industry in Brazil*.

QR CODE

Para saber mais
bit.ly/inserirlink

