

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO HUMANA

DRYELLE OLIVEIRA DIAS LEÃO

PRECISAMOS CONVERSAR SOBRE OS CHAMADOS
COMPOSTOS LÁCTEOS

BRASÍLIA

2021

DRYELLE OLIVEIRA DIAS LEÃO

PRECISAMOS CONVERSAR SOBRE OS CHAMADOS
COMPOSTOS LÁCTEOS

Dissertação submetida como requisito
para obtenção do grau de Mestre ao
Programa de Pós-Graduação em Nutrição
Humana da Universidade de Brasília.

Área de concentração: Nutrição dos
indivíduos à coletividades.

Orientadora:

Prof.^a Dr.^a. Muriel Bauermann Gubert

BRASÍLIA

2021

Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos

Dissertação de mestrado avaliada pela seguinte Banca Examinadora

Profa Dra. Muriel Bauermann Gubert (Presidente)
Programa de Pós-Graduação em Nutrição Humana
Universidade de Brasília

Prof Dr. Rodrigo Pinheiro de Toledo Vianna (Membro)
Programa de Pós-Graduação em Ciências da Nutrição
Universidade Federal da Paraíba

Dra. Ariene Silva do Carmo (Membro)
Coordenação Geral de Alimentação e Nutrição
Ministério da Saúde

Profa Dra. Elisabetta G.I.G. Recine (Suplente)
Programa de Pós-Graduação em Nutrição Humana
Universidade de Brasília

Dedico essa dissertação àqueles
que sempre me apoiaram
e ampararam:
meus pais Zildene e Marcos.
Seu apoio e amparo é o
que me move.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família. À minha mãe, Zildene, por estar sempre ao meu lado, me apoiando independente da situação. Ao meu pai, Marcos Aurélio, por todo amor, carinho e apoio.

À minha orientadora, Professora Muriel Gubert, por me guiar e orientar em todos os momentos, até mesmo nos que pensei que não ia conseguir. Sem seu suporte e compreensão este projeto não teria se concretizado.

Aos membros do NESNUT que tornaram as aulas e os momentos desafiadores mais fáceis. Contar com seu auxílio, apoio e amizade foi uma dádiva.

Às minhas amigas da faculdade, do trabalho e também às mais próximas desse processo, Priscila Olin e Gisele Melo, que tornaram todos os momentos mais alegres e tranquilos. Dividir tristezas e alegrias foi muito especial.

Às minhas chefes, Marcela Bravim e Dielly Mendes, que foram primordiais para eu continuasse. Obrigada por todas as trocas de escala, conversas e compreensão de ausências necessárias.

À professora Natacha Toral e à doutora Gisele Bortolini por todas as contribuições na época da qualificação.

A todas as pessoas que de alguma forma se sensibilizaram e me apoiaram durante essa jornada.

Ao CNPq e ao Ministério da Saúde, pelo financiamento que possibilitou a coleta de dados.

Ao grupo de pesquisadores que compõem a Multi-NBCAL, com quem aprendi e ainda aprendo muito. Ver pessoas tão engajadas fortalece o propósito de qualquer um. Em especial Enilce Sally e Cristiano Boccolini, pelas contribuições ao artigo de defesa.

A Deus por me fortalecer em todos os momentos da minha vida.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
2.	REVISÃO DA LITERATURA	15
2.1	Aleitamento Materno e o surgimento do Código internacional de substitutos do leite materno (World Health Organization, 1981)	16
2.2	NORMA BRASILEIRA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS PARA LACTENTES E CRIANÇAS DE PRIMEIRA INFÂNCIA, BICOS, CHUPETAS E MAMADEIRAS – NBCAL (LEI Nº11.265/2006 E DECRETO Nº 9.579/2018).....	20
2.3	CONSUMO ALIMENTAR E IMPACTOS EPIDEMIOLÓGICOS NA INFÂNCIA	22
2.4	GRAU DE PROCESSAMENTO DE ALIMENTOS E GUIAS ALIMENTARES.....	23
2.5	COMPOSTOS LÁCTEOS.....	25
3.	OBJETIVOS.....	27
3.1	GERAL.....	27
3.2	ESPECÍFICOS	27
4.	MÉTODOS	28
4.1	ARTIGO 1	28
4.2	ARTIGO 2	29
4.3	DESENHO DO ESTUDO	29
4.4	CÁLCULO AMOSTRAL.....	30
4.5	DEFINIÇÕES UTILIZADAS.....	30
4.6	ASPECTOS ÉTICOS.....	31
4.7	CAPACITAÇÃO	32
4.8	COLETA DE DADOS	32
4.9	ANÁLISE DE DADOS	36
5.	RESULTADOS E DISCUSSÃO	34
5.1	ARTIGO ORIGINAL 1.....	30
5.2	ARTIGO ORIGINAL 2.....	30
6.	CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
7.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
8.	ANEXOS	76
8.1	QUESTIONÁRIO DA MULTINBCAL	81
8.2	TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	94

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AM	Aleitamento materno
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
IBFAN	International Baby Food Action Network
MS	Ministério da Saúde
NBCAL	Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas, Mamadeiras
NCAL	Norma de Comercialização de Alimentos para Lactentes
OMS	Organização Mundial da Saúde
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para a Infância
WHO	World Health Organization

LISTA DE QUADROS

Revisão de literatura

Quadro 1 – Principais resoluções para atualização do Código de Substitutos do Leite Materno da Organização Mundial da Saúde (OMS, 1981).

Artigo 2

Quadro suplementar 1. Marcas dos compostos lácteos investigados, nome dos respectivos fabricantes e sítios eletrônicos dos produtos.

LISTA DE FIGURAS

Artigo 1

Figura 1. Comparação de exemplos de rótulos de compostos lácteos com os de fórmulas infantis.

LISTA DE TABELAS

Artigo 2

Tabela 1. Ingredientes dos compostos lácteos comercializados no Brasil, 2020.

Tabela 2. Alegações nutricionais dos rótulos dos compostos lácteos comercializados no Brasil, 2020.

Tabela 3. Distribuição de infrações à NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras) em estabelecimentos comerciais, relativas a compostos lácteos, segundo local de ocorrência e tipo de promoção comercial. Estudo Multi-NBCAL (Estudo multicêntrico de avaliação do cumprimento da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019.

Tabela 4. Modelo de regressão múltipla ajustada para ocorrência de infrações de compostos lácteos nos estabelecimentos investigados de acordo com variáveis de seleção de questionário e entrevista conforme NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras). Estudo Multi-NBCAL (Estudo multicêntrico de avaliação do cumprimento da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019.

Tabela suplementar 1. Número de estabelecimentos investigados por centro de coleta das infrações à NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019.

Tabela suplementar 2. Regressão logística binária para ocorrência de infrações de compostos lácteos nos estabelecimentos investigados de acordo com variáveis de seleção de questionário e entrevista conforme NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras). Estudo Multi-NBCAL (Estudo multicêntrico de avaliação do cumprimento da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019

RESUMO

Desde a criação da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL), um dos maiores desafios tem sido regulamentar novos produtos. O composto lácteo é um produto comercializado como substituto do leite materno, e por não estar incluído nominalmente na legislação, tem sido responsável pela maioria das infrações à NBCAL. Apesar disso, havia uma lacuna na literatura acerca do produto. Por isso, o artigo 1 foi uma pesquisa qualitativa, de caráter observacional, cujo objetivo foi avaliar design do rótulo e estratégias de publicidade desses produtos nas mídias sociais e digitais. Dessa forma, verificou-se a existência de 13 compostos lácteos no mercado nacional, que promoviam a promoção cruzada com leites e fórmulas infantis devido à semelhança do rótulo e eram comercializados em conjunto com brindes e descontos em compras múltiplas ou combos, além de serem intensamente promovidos em mídias sociais. O artigo 2 foi um estudo quali-quantitativo, com avaliação de composição e adequação de rotulagem nutricional e estratégias de marketing em redes sociais e sítios eletrônicos além da análise da promoção comercial e de fatores associados à ocorrência de infrações de compostos lácteos à NBCAL em sete cidades brasileiras, a partir do estudo Multi-Nbcal. Nele, foram avaliados todos os 18 compostos lácteos comercializados no mercado brasileiro, que foram classificados como produtos ultraprocessados segundo a classificação NOVA. 55,6% deles apresentavam promoção cruzada, com destaque para a semelhança entre os compostos lácteos e fórmulas infantis da mesma marca. Além disso, verificou-se o destaque às alegações nutricionais como o conteúdo de ferro e cálcio para evitar anemia e manter saúde óssea, respectivamente (88,9%); a presença de fibras para o funcionamento intestinal (50%) e a presença de DHA e ômega 3 para desenvolvimento cognitivo (50%). No estudo Multi-Nbcal, dos 1474 estabelecimentos avaliados, 496 (33,6%) apresentaram infrações relativas a compostos lácteos, principalmente de desconto no preço e exposição especial. Também estiveram associados ao maior número de infrações o estabelecimento ser farmácia (OR:3,02 - IC: 2,12 - 4,31); pertencer a rede (OR:6,10 - IC: 3,55 - 10,48); receber

visita de representantes comerciais (OR:2,66 - IC: 1,85 - 3,83); receber treinamento de NBCAL pela indústria alimentícia (OR: 11,72 - IC: 2,83 - 48,39); e ter a arrumação de produtos definida pela matriz (OR:3,06 - IC: 2,20 - 4,27). É necessária a inclusão explícita do produto na regulamentação da Lei 11265/06, além da fiscalização efetiva de suas vendas e do marketing audiovisual e digital.

Palavras-chave: Compostos lácteos; composição nutricional; publicidade; promoção cruzada.

1. INTRODUÇÃO

O aleitamento materno é um processo fisiológico e social que propicia diversos benefícios emocionais, nutricionais e imunológicos ao bebê, mas também favorece a saúde da mãe ao reduzir o risco de câncer de mama, alguns cânceres de ovário e fraturas ósseas, auxiliar no pós-parto, e promover o vínculo afetivo entre os dois. Isoladamente, o aleitamento materno é uma das principais estratégias de saúde pública atuais, pois promove a redução da mortalidade infantil, auxilia no combate a doenças infecciosas e previne doenças crônicas não transmissíveis [1].

Houve uma redução importante na prevalência da amamentação na década de 70, atribuída à crescente urbanização, inserção da mulher no mercado de trabalho e marketing não regulado de leites para lactentes e crianças. Isso gerou elevação no desmame precoce e aumento da prevalência da mortalidade infantil [2].

Uma das causas da redução da prevalência de aleitamento materno foi a substituição do leite materno por leites artificiais na alimentação do lactente e o aumento do uso de bicos, mamadeiras e chupetas, que na época representavam modernidade e uma alternativa para as novas realidades experimentadas nas famílias [3]. No início, a divulgação das fórmulas infantis exaltavam semelhanças com o leite materno, mas a partir de 1950 as propagandas já apontavam as fórmulas infantis como substitutos do leite materno, melhorando a oferta de nutrientes. Além disso, o marketing passou a ser cada vez mais direcionado aos profissionais de saúde, principalmente médicos, em revistas científicas, congressos, serviços de saúde, com a oferta de amostras e patrocínio dos eventos científicos [4,5].

No intuito de controlar a utilização desses produtos e promover o aleitamento materno, a Organização Mundial de Saúde (OMS) criou, em 1981, o Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Humano [6]. Após diversas discussões entre os Estados Membros da OMS e sociedades civis, esse código foi aprovado por 150 países como uma recomendação do

seguimento e implantação das sugestões nele contidas. A princípio, ele continha diversas recomendações exclusivamente para o marketing desses alimentos, posteriormente incluiu-se bicos, mamadeiras e chupetas nestas recomendações [6]. Cada país que assinou o Código devia implementá-lo ou criar normas baseadas nele que fossem adaptadas à sua realidade.

O governo brasileiro, inspirado nesse código, em discussões e ações estaduais e nacionais, negociações com as instituições promotoras do aleitamento materno e a indústria de alimentos, bicos, chupetas e mamadeiras, aprovou em 1988, a Norma para Comercialização de Alimentos para Lactentes (NCAL) na forma de Resolução [7], com posteriores atualizações. Essa norma, depois dessas diversas modificações ao longo do tempo, foi transformada em lei em 2006 (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras - NBCAL), e regulamentada por decreto [8,9].

Apesar disso e das diversas políticas públicas criadas para a promoção e proteção do aleitamento no país, a baixa prevalência de aleitamento materno ainda é uma realidade brasileira. Segundo a Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde (2006), a prevalência de aleitamento materno exclusivo é de 45% nas crianças de 1 a 3 meses, caindo para 11% nas crianças de 4 a 6 meses [10]. Os motivos para essa baixa prevalência são, dentre outros, o processo de urbanização, a inserção da mulher na força de trabalho, além de mudanças culturais e de assistência à saúde [11]. A Pesquisa Nacional de Saúde (2013), mostrou que 50,6% das crianças com idade entre 9 e 12 meses estão em aleitamento materno complementar, o que representa estagnação dessa prevalência, comparada às pesquisas anteriores [12].

Dados preliminares mais recentes, oriundos do Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil (ENANI), realizado em 2019, evidencia o aumento na prevalência do aleitamento materno entre crianças menores que 4 meses (60%), e de aleitamento materno exclusivo em menores de 6 meses (45,7%) [13].

Desde a criação da NBCAL, um dos maiores desafios tem sido regulamentar novos produtos. Por exemplo, o composto lácteo é um produto comercializado como substituto do leite materno, e por não estar incluído

nominalmente na legislação, tem sido responsável pela maioria das infrações à NBCAL [14].

Segundo monitoramento nacional realizado em 2020 pela Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (IBFAN), os compostos lácteos foram responsáveis por 35,7% das infrações à NBCAL em lojas físicas e 18,2% na internet, nas quais a infração mais comum dizia respeito à promoção comercial inadequada do produto, caracterizada pela ausência de um cartaz contendo uma frase que ressaltasse a importância do leite materno e sua recomendação até 2 anos de idade ou mais [15].

Diante deste cenário, o objetivo desta dissertação é discutir a problemática da comercialização dos compostos lácteos destinados ao público infantil no Brasil, com ênfase em relação à sua composição nutricional, promoção cruzada e agressivas estratégias de marketing, bem como avaliar infrações à NBCAL relativas a estes produtos em mercados e farmácias de sete capitais brasileiras.

2. REVISÃO DA LITERATURA

PREÂMBULO: UMA BREVE DEFINIÇÃO DE TERMOS

É importante que sejam definidos alguns termos técnicos utilizados nesta revisão da literatura, para o perfeito entendimento dos tópicos explorados a seguir. Por esta razão, serão neste preâmbulo definidos os conceitos de: fórmula infantil, fórmula de seguimento, alimentos de transição, compostos lácteos, e alimentos ultraprocessados.

Fórmula infantil é o produto líquido ou em pó que substitui parcial ou totalmente o leite materno, para alimentação e nutrição de bebês, indicado sob prescrição médica ou do nutricionista. Ela pode ser classificada em fórmula para lactentes, quando indicada até o sexto mês de vida; ou fórmula para necessidades dietoterápicas específicas, quando sua composição nutricional é alterada em virtude da indicação fisiológica ou patológica do produto [9].

Fórmula de seguimento é o produto líquido ou em pó também para substituição do leite materno, mas especificamente indicado para crianças com idade acima de 6 meses quando a fórmula é de seguimento para lactente ou crianças da primeira infância, acima de um ano, quando indicado como fórmula infantil de seguimento para a primeira infância [9].

Alimentos de transição são alimentos industrializados para uso direto ou em preparações, como complemento ao leite materno ou à fórmula infantil, indicados para a alimentação de lactentes e crianças de primeira infância para fornecer necessidades nutricionais diárias e adaptar a criança aos demais alimentos [9].

Composto lácteo é definido como um “um produto em pó resultante da mistura de ingredientes lácteos – leite e/ou produto(s) ou substância(s) alimentícia(s) láctea(s) – com outros ingredientes, como óleos vegetais e açúcar, além de aditivos químicos, como aromatizantes, conservantes, realçadores de sabor, entre outros, sendo que os componentes lácteos devem representar no mínimo 51% do total de ingredientes, entre outros” [16].

Alimentos ultraprocessados são produzidos em fábricas, a partir de vários processos industriais de transformação e uso de substâncias químicas exclusivamente industriais, contendo pouco ou nenhum alimento inteiro, ou seja, sem a matriz alimentar. A composição nutricional deles é rica em açúcar, gordura e sódio, além da presença de edulcorantes. São exclusivos dos ultraprocessados a presença de substâncias alimentares de nenhum ou raro uso culinário (açúcar invertido, frutose, xarope de milho, glúten, fibra solúvel ou insolúvel, maltodextrina, proteína isolada de soja, óleo interesterificado) ou de aditivos cosméticos alimentares (corantes, aromatizantes, realçadores de sabor, emulsificantes, espessantes e adoçantes). [17].

2.1 Aleitamento Materno e o surgimento do Código internacional de substitutos do leite materno (World Health Organization, 1981)

A Organização Mundial de Saúde (OMS) recomenda que, para adequado crescimento, desenvolvimento e saúde, bebês devem ser amamentados ainda na primeira hora de vida, exclusivamente nos primeiros seis meses e após esse período, até pelo menos dois anos de vida, devem ter a amamentação mantida com a oferta de alimentação complementar, garantindo assim o fornecimento adequado de suas necessidades nutricionais [18].

Os benefícios do aleitamento materno para a mãe e a criança são amplamente conhecidos e comprovados. Quando a criança é amamentada, recebe alimento de composição nutricional adequada e específica para sua idade, além da proteção imunológica que o leite materno oferece. Isso contribui para que a criança tenha menor risco de contaminação, de mortalidade infantil causada por diarreia e infecções respiratórias, além de receber o efeito preventivo para menor risco de má oclusão dentária [1] e doenças crônicas não transmissíveis na adolescência e idade adulta [19]. Em relação aos benefícios maternos, quanto a mãe amamenta, a involução uterina é mais acelerada, com

menor sangramento pós-parto, amplia-se o tempo entre gestações e partos e há redução do risco de alguns tipos de cânceres de mama e ovário [20]. Quando o foco é o relacionamento entre a mãe e o bebê, é possível observar uma forma saudável de interação, com estreito vínculo afetivo, que contribui para maior segurança da mãe e para o desenvolvimento afetivo-emocional e social nas próximas fases de vida da criança [1].

No século XIX a maioria das crianças era amamentada, mas posteriormente, com as mudanças sociais após a industrialização, a indústria viu um nicho no qual poderia investir e iniciou a propaganda incentivando a substituição do leite materno por leites artificiais na alimentação do lactente e o uso de bicos, mamadeiras e chupetas. A divulgação destes produtos os apontava como substituto e melhor opção na oferta de nutrientes para o público infantil [5, 21]. Esse intenso marketing exaltando os benefícios das formulas infantis gerou uma redução na prevalência de aleitamento materno no mundo [3]. Estima-se que neste período as prevalências de amamentação em outros países chegaram a atingir apenas 22% nos Estados Unidos, 12% na Irlanda e 5% na Suécia [22, 23]. Apesar de não haver estudos nacionais anteriores a década de 70 que avaliassem os índices de amamentação no Brasil, estima-se que os índices eram muito baixos, com aproximadamente 2,5 meses de duração [2].

A história do surgimento destes produtos direcionados à crianças de primeira infância engloba, primeiramente, a criação do leite condensado e a farinha enriquecida. Depois surge a fórmula infantil, anunciada como substituta do leite materno, com composição praticamente idêntica e de mais fácil manejo [24]. Como estratégia de marketing, a indústria investiu na propaganda direcionada a mães e especialmente aos profissionais de saúde [5,19]. Com esse marketing agressivo, houve a redução da prevalência do aleitamento materno, e conseqüentemente o adoecimento de muitas crianças [25]. Simultaneamente, vários jornalistas e médicos denunciaram essa prática da indústria publicamente e foi isso que estimulou o início da fiscalização de organizações governamentais [4,18].

Diante disso, evidenciou-se uma necessidade de regulamentar o marketing desses produtos no mundo, e a OMS e a Fundação das Nações

Unidas para a Infância (UNICEF) lideraram essa iniciativa, iniciando o processo de elaboração de um Código de regulação destes produtos [27]. A elaboração do Código iniciou-se no ano de 1979 e envolveu profissionais de saúde, governos, membros de organizações não governamentais, cientistas, a própria indústria, e sociedade civil. A elaboração do Código incluiu discussões relacionadas às estratégias de incentivo ao aleitamento materno em termos mundiais, e incluiu também discussões acerca do treinamento e disseminação de informações adequadas relativas à amamentação e alimentação complementar [18].

O Código é um conjunto de recomendações para regular o marketing de substitutos de leite materno, bicos, mamadeiras e chupetas, que foi adotado na 34ª reunião da Assembleia Mundial de Saúde (AMS) como o mínimo regulatório necessário para contribuir para a promoção da nutrição adequada e segura para crianças através, da promoção e proteção do aleitamento materno. Ele regulamenta o adequado uso de fórmulas infantis, recomendando-o apenas em situações especiais, em que a mãe não pode ou não deve amamentar e limita seu marketing e distribuição [6]. Suas recomendações incluem regras relacionadas à promoção comercial, distribuição de produtos e amostras, e comercialização de substitutos do leite materno, incluindo: fórmulas infantis; outros produtos lácteos, como bebidas, comidas, alimentos de transição; mamadeiras, bicos e chupetas.

Para todos esses produtos, é recomendada a vedação de publicidade ao público em geral, a distribuição de brindes, doações, e o contato direto de vendedores e promotores com mulheres grávidas e mães de bebês e filhos pequenos. Nele também se recomenda a proibição de *displays* e pôsteres destes produtos em maternidades, a venda direta em serviços de saúde, ou o fornecimento de materiais ou incentivos financeiros a profissionais de saúde [6].

Pode-se considerar que o Código, em conjunto com outras políticas públicas de promoção, proteção e apoio ao aleitamento materno, pode criar um ambiente acolhedor que permita às mães a escolha da alimentação de seus filhos com o mínimo de influência comercial e com informações imparciais, sendo apoiadas em sua decisão. Tudo isso é necessário, pois o

marketing inadequado de substitutos do leite materno compete com a amamentação e pode influenciar negativamente na escolha da alimentação a ser ofertada aos bebês, gerando a crença de que uma fórmula infantil tem o mesmo valor que o leite humano. Além disso, existe também a crença da figura do leite fraco, socialmente consolidado como valor cultural e que contribui para a complementação precoce do aleitamento. Essa crença é gerada pela comparação do leite humano com o leite de vaca, principalmente pela aparência translúcida (“aguada”) do colostro e o desconhecimento acerca das características do leite humano, o que faz com que a mãe e demais cuidadores o considerem como inferior, que não supre as demandas da criança e que precisa ser complementado. [18, 27].

Depois da criação do Código em 1981, foram publicadas diversas resoluções pós Assembleias da ONU (Quadro 1), para atualizá-lo no que em relação à comercialização de substitutos do leite materno para serviços de saúde proibindo subsídios à indústria, proibição de alegações nutricionais no rótulo e revisão do tempo de amamentação exclusiva recomendado [18, 28, 29, 30, 31, 32].

Quadro 1 – Principais resoluções para atualização do Código de Substitutos do Leite Materno da Organização Mundial da Saúde (OMS, 1981).

Ano	Resolução	Objetivo principal
1981	Código	A adoção do Código é requisito mínimo para os países-membros.
1994	Resolução WHA 47.5	Orienta sobre a proibição da distribuição dos substitutos de forma gratuita ou de baixo custo, incluindo serviços de saúde.
2005	Resolução WHA 58.32	Orienta países-membros quanto ao risco de contaminação das fórmulas infantis em pó e que as alegações nutricionais dos substitutos não sejam permitidas.

2010	Resolução WHA 63.23	Solicita que os países-membros desenvolvam e fortaleçam medidas legislativas e regulatórias para controlar a comercialização dos substitutos de leite materno.
2016	Resolução WHA 69.9	Reforça a necessidade de conter o marketing de alimentos infantis, incluindo os compostos lácteos.
2018	Resolução WHA 71/A71	Orienta que os países membros implementem mecanismos nacionais de monitoramento e fiscalização para que o Código e legislações derivadas sejam cumpridas.

Atualmente, o Código tem encontrado vários novos desafios, como o advento da internet, que propiciou com que a indústria, através das mídias sociais, pudesse atingir diretamente gestantes e mães em suas casas, uma vez que esses canais ainda não são regulados pela legislação. Outro desafio é o marketing de alimentos para crianças maiores que 3 anos, já que o Código abrange apenas lactentes e crianças pequenas de até 3 anos, demonstrando o quão importante é o Código estar sob constante atualização e monitoramento [18].

2.2 NORMA BRASILEIRA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS PARA LACTENTES E CRIANÇAS DE PRIMEIRA INFÂNCIA, BICOS, CHUPETAS E MAMADEIRAS – NBCAL (LEI Nº11.265/2006 E DECRETO Nº 9.579/2018)

O governo brasileiro, inspirado no código da OMS [6] aprovou em 1988 a Norma para Comercialização de Alimentos para Lactentes (NCAL) na forma de Resolução [7] como uma das estratégias que comporiam, mais tarde, a Política Nacional de promoção, proteção e apoio ao Aleitamento Materno [33].

Nos anos seguintes foram feitas divulgações e capacitações no país de profissionais sobre a NCAL. Após sua implantação, observou-se que havia lacunas importantes em relação à NCAL. Ela foi então revisada e, em 1992, foi aprovada como Norma Brasileira para Comercialização de Alimentos para

Lactentes (NBCAL). Nessa versão, estavam incluídas novas regras acerca da rotulagem de produtos, advertências sobre uso e prescrição de médicos e nutricionistas, abrangência de novos produtos como leites em pó, chupetas e copos com bicos, obrigatoriedade de uso de embalagem, restrição da distribuição de amostras e inclusão de sanções em caso de infração das normas [34].

Essa norma regulamentadora com o tempo necessitou revisões para corrigir ambiguidades e ausências de orientações, e incluir o monitoramento dos rótulos dos produtos [35]. Uma nova versão foi lançada em 2006, na forma de lei federal, a Lei nº 11.265/2006 [8]. Posteriormente foi complementada pelo Decreto nº 9.579/2018 [9]. O conjunto destes dois documentos ainda é informalmente denominado como NBCAL [33].

A lei e o decreto regulam a promoção comercial e rotulagem de alimentos e produtos de recém-nascidos até crianças de três anos de idade, como fórmulas infantis, leites artificiais, papinhas, produtos farináceos, mamadeiras, chupetas, bicos e protetores de mamilo [8,9]. A Lei define como lactentes as crianças de 0 a 11 meses e 29 dias e como crianças de primeira infância aquelas entre 12 meses e 3 anos de idade [8]. Em contrapartida, o decreto que regulamenta a Lei estende essa abrangência, considerando como crianças de primeira infância as que possuem até 6 anos completos [9].

De acordo com a NBCAL, as fórmulas infantis de partida e seguimentos para lactentes, mamadeiras, bicos, chupetas e protetores de mamilo não podem ter promoção comercial, descontos ou exposições especiais em estabelecimentos comerciais. Na rotulagem desses produtos são proibidas fotos, desenhos e textos que induzam o seu uso. Não podem oferecer brindes agregados. As embalagens devem trazer a idade indicada para o uso dos produtos e informar sobre os prejuízos que esse uso pode causar ao aleitamento materno [8,9]. Os compostos lácteos não são descritos na NBCAL, mas de acordo com suas características são alocados na categoria de alimentos de transição, aplicando-se a eles a regra de que a promoção comercial é permitida desde que acompanhada de destaque visual ou auditivo com a frase “O Ministério da Saúde informa: após os 6 (seis) meses de idade, continue amamentando seu filho e ofereça novos alimentos” [9].

A NBCAL regula também a atuação de representantes comerciais em unidades de saúde, que só podem visitar com aviso prévio e não podem distribuir suas fórmulas no local, seja para profissionais ou para gestantes; proíbe o patrocínio de indústrias de alimentos infantis a pessoas físicas, como profissionais de saúde, tanto em forma de brindes como passagens aéreas, inscrições em congressos; veda também as vendas a preços reduzidos de produtos abrangidos pela NBCAL a maternidades e hospitais que prestam assistência a lactentes, por exemplo, hospitais com unidades de terapia intensiva neo e pediátricas [8,9].

Na prática, essas regulamentações são uma forma de controlar o marketing e a comercialização de produtos infantis, protegendo a população da influência da mídia, e restringindo a divulgação para profissionais de saúde capacitados [36, 5].

O monitoramento das infrações à NBCAL no Brasil é realizado pelo International Baby Food Action Network (IBFAN), além de algumas unidades da vigilância sanitária regional, que verificam se os estabelecimentos comerciais e os de saúde cumprem as regras estabelecidas pela lei. Os resultados do monitoramento são anuais e, pelo menos desde 2016, o composto lácteo aparece como produto responsável pela maior frequência de infrações [15]. Entretanto esse monitoramento ainda não é padronizado e sistematizado nacionalmente pelos órgãos fiscalizadores.

Apesar da NBCAL e das outras diversas políticas públicas criadas para a promoção e proteção do aleitamento, o desmame precoce ainda faz parte da realidade brasileira. Segundo a Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde (2006), a prevalência de aleitamento materno exclusivo é de apenas 45% nas crianças de 1 a 3 meses, caindo para 11% nas crianças de 4 a 6 meses. A Pesquisa Nacional de Saúde de 2013 mostra estagnação da prevalência do aleitamento na faixa de 0 a 2 meses (49,7%), redução de 15,1% entre bebês de 3 a 5 meses (14,6%), e aumento de prevalência de 23,3% para 31,8% na faixa etária de 21 a 23 meses [10,12].

Dados preliminares mais recentes, oriundos do Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil (ENANI), realizado em 2019, aponta novo aumento na prevalência do aleitamento materno entre crianças menores que 4

meses (60%), e de aleitamento materno exclusivo em menores de 6 meses (45,7%), ainda que os valores referentes a região Nordeste sejam menores (38%) e semelhantes a pesquisa nacional anterior [13].

2.3 CONSUMO ALIMENTAR E IMPACTOS EPIDEMIOLÓGICOS NA INFÂNCIA

Dados de 2019 da Atenção Primária à Saúde/Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (APS/SISVAN), do Ministério da Saúde (MS) apontam que 7,9% das crianças brasileiras menores de 2 anos apresentam obesidade e 11% apresentam sobrepeso. Quanto ao consumo alimentar, os mesmos dados do SISVAN evidenciam que a prevalência de aleitamento materno exclusivo em crianças menores de 6 meses foi de 53% e a de aleitamento materno em crianças de 6 a 23 meses também foi de 53% [37]. Os marcadores de consumo alimentar também de 2019, indicam consumo de 49% de algum alimento ultraprocessado no dia anterior, entre crianças entre 6 e 24 meses [38].

Outros estudos corroboram esses resultados, como o realizado em 2016 com base em dados secundários da Pesquisa Nacional de Saúde de 2013. Nele, observou-se que o consumo nacional de refrigerantes ou sucos artificiais de crianças menores de 2 anos foi de 32,3% e o consumo de outros ultraprocessados como bolo, biscoito ou bolacha foi de 60,8%, referentes ao consumo do dia anterior ao do questionário [39]. Dados semelhantes foram encontrados em estudo realizado em Montes Claros, no qual 60% das crianças na faixa etária entre 12 e 24 meses consumiam doces e achocolatados e 40% consumiam biscoitos e salgados de pacote [40].

Esse consumo alimentar inadequado na primeira infância está relacionado com o desenvolvimento de sobrepeso e obesidade, ainda na infância, bem como doenças crônicas na vida adulta, uma vez que esses alimentos ultraprocessados possuem maior densidade energética, mais açúcar, mais sódio, mais gorduras, em especial a gordura trans; além de apresentarem menor teor de fibras e proteínas do que alimentos *in natura* ou minimamente processados [39, 40, 41].

O impacto negativo dos ultraprocessados no desenvolvimento de doenças crônicas se devem não apenas ao seu perfil nutricional desbalanceado, mas também a outros mecanismos de ação relacionados a alguns aditivos - ingredientes exclusivos de ultraprocessados -, como os emulsificantes, por exemplo. Além disso, esses produtos são formulados para serem extremamente

saborosos, induzirem seu consumo frequente ou mesmo para criar dependência. Isso é particularmente crítico no início da vida, pois a criança está formando a base de seu hábito alimentar. O consumo desses alimentos pode levá-la a ter menos interesse pelos alimentos in natura ou minimamente processados [42].

Além do perfil nutricional de baixa qualidade, destaca-se o risco de ingestão excessiva de alguns micronutrientes, como cálcio, ferro, zinco, vitamina A, C e folato, pois os alimentos ultraprocessados destinados ao público infantil apresentam enriquecimento desses micronutrientes em sua composição [41].

2.4 GRAU DE PROCESSAMENTO DE ALIMENTOS E GUIAS ALIMENTARES

Esse alto consumo de alimentos ultraprocessados, verificado entre crianças [12], em virtude do potencial impacto na saúde [4, 43, 44, 45, 46], motivou a criação de um sistema de classificação de alimentos baseado no tipo de processamento industrial, determinado pelo seu perfil nutricional. Essa classificação, denominada NOVA, categoriza os alimentos em quatro grupos: alimentos in natura ou minimamente processados (grupo 1); ingredientes culinários processados (grupo 2); alimentos processados (grupo 3) e alimentos e bebidas ultraprocessados (grupo 4). [47, 48].

Os alimentos in natura ou minimamente processados são aqueles que são obtidos diretamente da natureza, de plantas e animais, sem modificações prévias à sua aquisição. Os minimamente processados são alimentos in natura que já sofreram modificação antes de serem adquiridos, mas por processos simples como resfriamento, congelamento, moagem, fracionamento, secagem e pasteurização. Exemplos de alimentos desse grupo são frutas e verduras, leite, ovos, cogumelos, castanhas, carnes, aves, peixes, frutos do mar, feijões, arroz, macarrão, além de temperos e outras especiarias in natura. Em geral, não vão apresentar adição de nenhum ingrediente culinário, mas podem ser combinados entre si [49].

Os ingredientes culinários processados são produtos extraídos de alimentos in natura, e utilizados para preparar e cozinhar alimentos e transformá-los em preparações culinárias, como óleos, gorduras, açúcar e sal de todos os tipos [49].

Os alimentos processados são fabricados a partir de alimentos in natura ou minimamente processados com adição de ingredientes culinários. Exemplos disso são conservas de legumes, de cereais ou de leguminosas; extrato ou concentrado de tomate com sal; carnes salgadas, secas e defumadas; peixe conservado em óleo ou água e sal; frutas em calda ou cristalizadas; queijos; pães feitos com farinha, levedura, água e sal [49].

Alimentos ultraprocessados são produzidos em fábricas, a partir de vários processos industriais de transformação e uso de substâncias químicas exclusivamente industriais, contendo pouco ou nenhum alimento inteiro, ou seja, sem a matriz alimentar. A composição nutricional deles é rica em açúcar, gordura e sódio, além da presença de edulcorantes. São exclusivos dos ultraprocessados a presença de substâncias alimentares de nenhum ou raro uso culinário (açúcar invertido, frutose, xarope de milho, glúten, fibra solúvel ou insolúvel, maltodextrina, proteína isolada de soja, óleo interesterificado) ou de aditivos cosméticos alimentares (corantes, aromatizantes, realçadores de sabor, emulsificantes, espessantes e adoçantes). [17].

Essa classificação foi utilizada no guia alimentar para a população brasileira em 2014 [49] e posteriormente foi também utilizada nas recomendações do Guia alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos em 2019 [42].

Ambos os guias recomendam uma alimentação saudável e equilibrada, baseada em alimentos in natura e minimamente processados, com redução na quantidade e de menor frequência de alimentos processados, evitando o consumo dos ultraprocessados [17, 42, 49].

Especificamente para crianças pequenas, o Guia alimentar para crianças brasileiras, recomenda o aleitamento materno até dois anos ou mais. Até os 6 meses, o aleitamento deve ser exclusivo, sem ingestão de qualquer outro alimento ou líquido, inclusive água. Durante a introdução da alimentação complementar a criança, a criança deve ter uma alimentação variada, baseada em alimentos in natura e minimamente processados, mas não é recomendado o consumo de açúcar e alimentos ultraprocessados, em virtude do seu potencial impacto no ganho de peso e aumento da prevalência de DCNT [40, 44, 45, 50].

Especialmente no que se refere aos compostos lácteos, o guia não os indica como alimentos que devem fazer parte da alimentação de crianças menores de 2 anos, pela quantidade de açúcar e aditivos alimentares que fazem parte de sua composição. Eles também não devem ser confundidos com

fórmula infantil ou leites, pois apesar de apresentarem rótulos similares, pois não os substituem [42].

2.5 COMPOSTOS LÁCTEOS

Este tópico será explorado na seção resultados, no artigo “**Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos**”, com destaque para definição do produto, caracterização e ocorrência de promoção cruzada com substitutos do leite materno, aspectos que serão aprofundados sob a ótica da composição nutricional e infrações no artigo “**Composição e comercialização de compostos lácteos no Brasil: resultados do estudo Multi-NBCAL**”.

3. OBJETIVOS

3.1 GERAL

- Discutir a problemática da comercialização de compostos lácteos no Brasil.

3.2 ESPECÍFICOS

- Caracterizar perfil nutricional dos compostos lácteos e discutir sua adequação nutricional e classificação na classificação NOVA;
- Identificar as principais estratégias de marketing utilizadas pela indústria para a promoção de venda dos compostos lácteos no Brasil, incluindo promoção cruzada;
- Avaliar frequência de infrações à NBCAL relativas à promoção comercial de compostos lácteos em estabelecimentos comerciais de sete cidades brasileiras;
- Analisar fatores associados às infrações à NBCAL nos estabelecimentos comerciais de sete cidades brasileiras.

4. MÉTODOS

Essa seção contemplará os métodos individuais dos dois artigos desenvolvidos nessa dissertação. Importante destacar o marco temporal das coletas de dados: a pesquisa do artigo 1 foi realizada em 2019 e a do artigo ocorreu em dois momentos: a coleta de dados quantitativos foi feita no final de 2018 e a de dados qualitativos em 2020.

4.1. Artigo 1: Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos

Desde a criação da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL) [33], conjunto de normas regulamentadoras para promoção comercial e padronização de rótulos de alimentos e produtos não alimentícios voltados a lactentes e crianças de primeira infância [8, 9] e um dos maiores desafios tem sido regulamentar novos produtos. Quando o produto torna-se completamente regulamentado, com definições claras acerca de composição nutricional, rótulos e indicações, a indústria busca lacunas para criar novos produtos e promovê-los para o público infantil. O composto lácteo é um produto comercializado como substituto do leite materno, e por não estar incluído nominalmente na legislação, tem sido responsável pela maioria das infrações à NBCAL, como verificado por monitoramentos nos anos anteriores realizado pela rede IBFAN [15].

Apesar disso, havia uma lacuna na literatura acerca do produto. Por isso, foi realizada uma pesquisa qualitativa, de caráter observacional, baseado na metodologia de McDaniel e Gates (2008), que orientou a investigação dos compostos lácteos disponíveis no mercado.

Para que fosse realizada essa pesquisa foi necessário estabelecer quais os itens que deveriam ser investigados: design e distribuição de texto dos rótulos nutricionais; alegações nutricionais presentes nos rótulos e nos sites oficiais dos produtos; comparação com os rótulos de outros produtos abrangidos pela legislação (Brasil, 2006; Brasil, 2018) e investigação das estratégias de publicidade desses produtos nas redes sociais, mídia televisiva

e páginas eletrônicas oficiais.

4.2. Artigo 2: Composição e comercialização de compostos lácteos no Brasil: resultados do estudo Multi-NBCAL

Após a primeira investigação, percebeu-se a necessidade de aprofundar a pesquisa quanto aos compostos lácteos, e por isso foi necessário realizar estudo voltado a essa temática.

4.3 DESENHO DO ESTUDO

Trata-se de estudo misto, com fase qualitativa e exploratória e fase quantitativa transversal. O estudo quantitativo fez parte do *Estudo Multicêntrico de Avaliação do Cumprimento da NBCAL* (Multi-NBCAL).

A fase qualitativa foi realizada a partir da listagem de todos os compostos lácteos identificados durante o estudo multicêntrico Multi-NBCAL. A partir da lista, todos os produtos foram identificados e fotografados, em junho de 2020, em três estabelecimentos comerciais na cidade de Brasília – DF (dois supermercados e uma farmácia), escolhidos por conveniência, além de fotografar também fórmulas infantis e leites em pó dos mesmos fabricantes dos compostos lácteos listados, para análise de similaridade do design do rótulo e caracterização da promoção cruzada.

As informações coletadas para essa fase dizem respeito a dados relativos a composição nutricional e lista de ingredientes, rotulagem nutricional obrigatória, informação nutricional complementar e alegações nutricionais. Além disso, também foram verificadas as estratégias de marketing utilizadas pelo fabricante nos sítios eletrônicos e redes sociais oficiais dos produtos como diagramação, destaques, promoções e alegações nutricionais, que será mais detalhada no artigo 2.

A fase quantitativa foi conduzida em sete cidades brasileiras: Rio de Janeiro – RJ; São Paulo – SP; Ouro Preto – MG; Florianópolis – SC; João Pessoa – PB, Brasília – DF e Belém - PA, com o objetivo de analisar o cumprimento da NBCAL por estabelecimentos comerciais no Brasil. As cidades

foram escolhidas conforme disponibilidade de pesquisadores relacionados ao tema da pesquisa e abrangesse todas as macrorregiões brasileiras.

Para avaliação dos estabelecimentos comerciais foram elaborados dois questionários: o primeiro voltado para a análise do cumprimento da NBCAL nos estabelecimentos comerciais, especificamente farmácias e supermercados, e o segundo para avaliação do comportamento e conhecimento do gerente acerca da legislação. O principal referencial teórico considerado nessa etapa foi a Lei 11.265/2006, pois na hierarquia legal se sobrepõe às outras normas como os decretos regulamentadores e as regulamentações técnicas da ANVISA.

Os questionários dessa etapa foram adaptados a partir dos utilizados pela Rede IBFAN e do NetCode Toolkit, da OMS/UNICEF, ambos propostos para monitoramento do cumprimento das legislações, NBCAL e o Código, respectivamente. Perguntas adicionais foram incluídas para contemplar todos os objetivos do estudo e adaptadas para a NBCAL, no caso do questionário da OMS/UNICEF. Os compostos lácteos, que não são descritos nominalmente na Lei, também foram incluídos no estudo por serem destinados a crianças de primeira infância, protegidas pela NBCAL.

4.4 CÁLCULO AMOSTRAL

A amostra calculada foi de no mínimo 200 estabelecimentos para cada centro colaborador, para que fosse possível comparar dados entre os centros, baseado na estimativa de prevalência de 50% de infrações à NBCAL, com margem de erro de 3% e intervalo de confiança de 95%.

4.5 DEFINIÇÕES UTILIZADAS

Foram avaliados os alimentos abrangidos pela NBCAL, especificamente os compostos lácteos, aqui incluídos como alimentos de transição.

A promoção comercial é permitida para alimentos de transição e à base de cereais desde que eles possuam a frase de advertência com letra legível, em caixa alta e pelo menos 5mm de altura, com os seguintes dizeres “O

Ministério da Saúde informa: após os 6 (seis) meses de idade, continue amamentando seu filho e ofereça novos alimentos”.

O decreto 9579/2018 que regulamenta a Lei 11265/2006 define promoção comercial como o conjunto de atividades informativas e de persuasão, procedente de empresas responsáveis pela produção, pela manipulação, pela distribuição ou pela comercialização do produto em questão, incluída a divulgação, por meios audiovisuais, auditivos e visuais, com o objetivo de induzir a aquisição ou a venda do mesmo. Como estratégias de marketing utilizadas pelos fabricantes, definem-se:

Promoção de preço: venda a preço reduzido dos produtos abrangidos;

Exposição especial: exposição de destaque em relação aos outros produtos, no estabelecimento comercial, como vitrine, ponta de gôndola, empilhamento de produtos em forma de pirâmide ou ilha, engradados, ornamentação de prateleiras;

Brindes: conceitua-se brinde como a mercadoria que é adquirida especificamente para distribuição gratuita a consumidor ou usuário final, nesse caso associado ou não aos produtos que constituem principal produto de atividade econômica da empresa;

Material educativo: definido como material escrito ou audiovisual como folhetos, livros, Internet e outras formas, destinadas ao público consumidor, que tenha relação com os produtos destinados a lactentes e de crianças de primeira infância.

Importante destacar também o conceito de alimentos ultraprocessados utilizado para classificação dos compostos lácteos:

Alimentos ultraprocessados são produzidos em fábricas, a partir de vários processos industriais de transformação e uso de substâncias químicas exclusivamente industriais, contendo pouco ou nenhum alimento inteiro, ou seja, sem a matriz alimentar. A composição nutricional deles é rica em açúcar, gordura e sódio, além da presença de edulcorantes. São exclusivos dos ultraprocessados a presença de substâncias alimentares de nenhum ou raro

uso culinário (açúcar invertido, frutose, xarope de milho, glúten, fibra solúvel ou insolúvel, maltodextrina, proteína isolada de soja, óleo interesterificado) ou de aditivos cosméticos alimentares (corantes, aromatizantes, realçadores de sabor, emulsificantes, espessantes e adoçantes). [17].

4.6 ASPECTOS ÉTICOS

O estudo Multi-NBCAL foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio/FIOCRUZ/RJ, e aprovado através dos pareceres nº 2.688.018 de 02 de junho de 2018 e nº 2.912.729 de 24 de setembro de 2018, adequados à Resolução CNS nº 466/12. O Comitê de Ética em Pesquisa autorizou a dispensa do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para avaliação do ambiente público dos estabelecimentos, para evitar a influência dos gerentes e modificações do ambiente a fim de evitar o registro de infrações. Após a avaliação do ambiente, os entrevistadores se identificaram ao gerente responsável e aplicaram o questionário após a leitura do TCLE e consentimento verbal.

4.7 CAPACITAÇÃO

Os entrevistadores selecionados realizaram curso de carga horária de 20 horas, composto por referencial teórico e atividade prática relacionada à avaliação do cumprimento à NBCAL. Nele, toda a legislação foi discutida, com posterior atividade prática em estabelecimentos comerciais, principalmente quanto a verificação de infrações e técnicas de comunicação para abordagem dos gerentes dos estabelecimentos. O curso foi ministrado por pesquisador capacitado pelo coordenador de cada centro, apoiado por membro da Rede IBFAN.

4.8 COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados, a seleção da amostra foi a partir do método censo, com amostra de conveniência, na qual todas as farmácias e supermercados dos bairros selecionados eram incluídas, a partir da verificação de listas telefônicas e consulta à internet, exceto as lojas de conveniência ou

mercearias, que não comercializavam os produtos abrangidos pela legislação. Nos centros colaboradores com mais bairros disponíveis como João Pessoa, São Paulo, Brasília e Florianópolis, foram selecionados bairros de diferentes estratos socioeconômicos, previamente estabelecidos. Essa seleção de estratos não foi realizada de forma proporcional aos encontrados nas cidades e sim na forma de censo, no qual todos os estabelecimentos de um bairro eram visitados e esgotadas as possibilidades, os pesquisadores se encaminhavam para o próximo bairro selecionado. Belém e Ouro Preto realizaram a coleta em todos os estabelecimentos da cidade disponíveis.

A coleta de dados foi feita a partir de aparelhos celulares, tipo smartphone, com questionário eletrônico disponível no aplicativo MAGPI, dividido em três blocos: identificação do estabelecimento, quanto a características como tamanho e categoria; avaliação do cumprimento da NBCAL, com infrações classificadas especificamente por produto, marca e tipo de infração; e entrevista com o gerente ou farmacêutico, sobre suas características, conhecimento acerca da legislação, aleitamento materno e alimentação complementar, além de recebimentos de visitas da indústria, agências reguladoras e promoção comercial dos produtos.

A coleta de dados foi realizada entre novembro e dezembro de 2018.

4.9 ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados da fase qualitativa foi feita a partir de frequências e estatísticas descritivas realizadas nas próprias planilhas de extração de dados do Microsoft Office Excel, versão 2007.

Para análise dos dados provenientes do estudo Multi-NBCAL, inicialmente as frequências das infrações foram agrupadas por produto. Neste estudo serão avaliadas apenas as infrações relativas aos compostos lácteos. As infrações foram então analisadas conforme categorização do tipo de promoção comercial (desconto, exposição especial e outros) e local de ocorrência, para verificar a distribuição da frequência do tipo de promoção comercial e diferenças entre os centros colaboradores, avaliados a partir do teste qui quadrado de Pearson para valores de frequência absoluta maiores

que 5 ou o teste exato de Fischer para valores abaixo de 5.

Para análise de fatores associados às infrações foram realizadas inicialmente análises bivariadas sendo utilizadas as variáveis de local, tipo de estabelecimento, pertencimento a rede, recebimento de visitas da VISA local, visitação do estabelecimento por promotores ou interferência da matriz na arrumação das gôndolas, e qualificação, treinamento e conhecimento do gerente acerca da NBCAL.

Por fim, foi construído modelo de regressão logística, incluindo as variáveis com p igual ou inferior a 0,2 nas análises binárias. Permaneceram no modelo final aquelas com p menor ou igual a 0,05. Para se chegar ao modelo final, o nível de significância adotado foi o de 0,05 e analisado em conjunto com a magnitude de associação de *Odds Ratio* e índice de confiança de 95%, com verificação da qualidade de ajuste do modelo. Todas as análises de dados foram feitas no programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 21.0.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados e discussão desta dissertação serão apresentados no formato de dois artigos científicos.

O primeiro artigo denomina-se **“Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos”**, e trata da análise do design do rótulo dos compostos lácteos e as estratégias de marketing realizadas para sua promoção comercial em páginas eletrônicas, mídia televisa e redes sociais. Este artigo encontra-se publicado na revista DEMETRA, Rio de Janeiro, vol.14: e43609, novembro – 2019, DOI: 10.12957/demetra.2019.43609.

O segundo artigo denomina-se **“Composição e comercialização de compostos lácteos no Brasil: resultados do estudo Multi-NBCAL”** e traz resultados sobre avaliação qualitativa dos compostos lácteos, com foco na composição nutricional, alegações nutricionais e estratégias de venda, além de estudo quantitativo de avaliação do cumprimento da NBCAL, quanto ao tipo de promoção comercial e fatores que influenciam a ocorrência de infrações dos compostos lácteos. Este artigo encontra-se submetido à periódico científico.

5.1 ARTIGO ORIGINAL 1

NÚMERO TEMÁTICO**“Aleitamento materno, alimentação complementar e saúde”**

DEMETRA, Rio de Janeiro, v.14: e43609, novembro-2019

DOI: 10.12957/demetra.2019.43609

Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos**We need to talk about so-called growing up milks**

Dryelle Oliveira Dias Leão
Muriel Bauermann Gubert

Resumo

A indústria busca constantemente inovar e lançar no mercado novos produtos que atraiam o consumidor. Nesse contexto, foi lançado o composto lácteo, um produto com a mistura de pelo menos 51% de base láctea (leite ou derivados) com outros produtos alimentícios que, segundo os próprios fabricantes, é voltado para crianças de um ano até a idade pré-escolar. Existem no mercado brasileiro 13 tipos diferentes de compostos lácteos. A semelhança entre as embalagens pode causar confusão na compra por parte dos cuidadores, que podem achar que esses compostos são substitutos, equivalentes ou seguimento das fórmulas infantis, a um custo reduzido. Eles costumam ser promovidos comercialmente com brindes e descontos em compras múltiplas ou combos, além de serem intensamente promovidos em mídias sociais. Os rótulos deles valorizam o fato de conterem óleos essenciais, fibras, imunonutrientes, vitaminas e minerais, o que pode induzir o consumidor a pensar que o produto fornece, sozinho, tudo que a criança precisa nesta faixa

etária, apesar de ser um produto ultraprocessado, não recomendado para o consumo dessa criança. Por serem produtos novos no mercado, ainda não se enquadram na *Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras*, hoje Lei nº 11.265/06 e Decreto nº 9.579/18. Sugere-se a inclusão do composto na legislação, com a comercialização controlada no escopo da lei, bem como a criação de normas para restringir a publicidade abusiva deste e outros produtos para crianças entre um e três anos de idade.

Palavras-chave: Substitutos do Leite Materno, Indústria alimentícia, aleitamento materno.

Perspectiva

A década de 1970 foi um marco em relação à amamentação, em termos mundiais. Foi nessa época que a ciência começou a se interessar pela crescente redução na prevalência da amamentação e aumento do volume de vendas de fórmulas infantis em todo mundo. O livro de Mike Muller¹ inflamou o tema, acusando a indústria de formulados a introduzir seus produtos em países pobres, incentivando a alimentação artificial em detrimento da amamentação, sem preocupação com as consequências do mau uso ou utilização indevida desses compostos.

A princípio, os substitutos de leite materno eram promovidos ressaltando suas semelhanças com o leite humano, mas a partir de 1950, as propagandas já apresentavam as fórmulas infantis como substitutas e mais adequadas na oferta de nutrientes, superando o leite materno em qualidade.² Esse marketing não regulado, aliado às grandes mudanças na sociedade da época – como, por

exemplo, a crescente urbanização e a inserção da mulher no mercado de trabalho – formavam o cenário perfeito para a promoção do que a indústria afirmava ser o símbolo da libertação feminina.

As consequências desse conjunto de investimentos antiamentação não tardaram a aparecer. As enfermidades infantis aumentaram, principalmente devido às condições higiênico-sanitárias precárias no preparo das fórmulas, que se tornaram veículos de contaminação e forneciam menos do que o preconizado por causa de erros na diluição,² além das próprias fórmulas estarem sem regulamentação naquela época. As crianças que utilizavam as fórmulas apresentavam também atraso no desenvolvimento, pelo baixo teor de ácidos graxos essenciais desses produtos e propensão a doenças crônicas não transmissíveis pela alta densidade energética.³

No intuito de controlar a utilização e marketing desses produtos, bem como promover e proteger o aleitamento materno (AM), a Organização Mundial da Saúde (OMS) – em conjunto com a academia, organizações não governamentais, governos de diversos países e a sociedade civil – criou, em 1981, o Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Humano.⁴

No Brasil, o Código foi primeiramente publicado como Resolução do Conselho Nacional de Saúde (CNS) em 1988, revisado em 1992, denominado Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes (NBCAL). A NBCAL depois de diversas reformulações foi transformada na Lei nº 11.265/2006, e regulamentada pelo Decreto nº 8.552/2015, revogado pelo Decreto nº 9.579/2018.⁵⁻⁷

A legislação brasileira, em relação às fórmulas infantis e aos produtos alimentícios para crianças até três anos, incluindo bicos, mamadeiras e chupetas, é hoje um dos instrumentos legais mais completos na proteção ao aleitamento materno, pois engloba a maior parte dos itens estabelecidos pelo código da OMS.⁸ Entretanto, apesar do esforço coletivo dos legisladores e da sociedade civil que advoga em prol da amamentação, ainda há lacunas na lei que permitem que a indústria desenvolva estratégias para promover seus produtos, sejam elas uma identidade visual confundidora, criação de mecanismos de fidelização e recompensas ou, ainda, o desenvolvimento de novos produtos que se encaixem em brechas legislatórias.

Nesse contexto, foi regulamentado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), em 2007, o chamado composto lácteo (CL). Este é definido como um “um produto em pó resultante da mistura de ingredientes lácteos – leite e/ou produto(s) ou substância(s) alimentícia(s) láctea(s) – com outros ingredientes, como óleos vegetais e açúcar, além de aditivos químicos, como aromatizantes, conservantes, realçadores de sabor, entre outros, sendo que os componentes lácteos devem representar no mínimo 51% do total de ingredientes, entre outros.”⁹ Hoje, no Brasil, são comercializados 13 tipos de compostos lácteos de três diferentes marcas.

O CL não se encaixa, *a priori*, por sua composição, em nenhuma das categorias de produtos abrangidos no escopo da legislação sobre leites, fórmulas infantis de partida, seguimento, dietoterápicas, cereais, entre outros.⁵⁻⁷

Segundo o site de uma das empresas que os oferta para venda, a “principal diferença entre o leite em pó e composto lácteo é que neste último existe a possibilidade da adição de importantes nutrientes para um

desenvolvimento saudável na infância, como vitaminas, minerais, fibras em quantidades adequadas, DHA (ácido docosa-hexaenoico)".¹⁰ Esse "leite de crescimento" é ofertado como o alimento que vai fornecer os nutrientes necessários, principalmente vitaminas e minerais, para essa fase da vida.

Em outros países, ele costuma ser vendido como leite fortificado, e não composto lácteo,¹¹ mas apresenta uma lista longa de ingredientes e não está caracterizado nominalmente na legislação, assim como ocorre no Brasil. Poucos estudos mostram a necessidade de utilização desse produto,¹²⁻¹⁴ já que existem outros que podem suprir necessidades em casos especiais, como desnutrição e erros inatos do metabolismo. A questão é que não há definição legal internacional a respeito de sua regulamentação.

Ao observar a composição desses produtos, é frequente encontrar na lista dos ingredientes óleos vegetais, açúcar e aditivos alimentares. Segundo a nova classificação, esses produtos são ultraprocessados.^{15,16} Entretanto, essa informação não é de conhecimento do consumidor, que pode ser induzido ao consumo deste produto por técnicas de marketing tão engenhosas quanto enganosas por omissão,¹⁷ em que a propaganda do produto omite informações sobre o produto que influenciariam a tomada de decisão do cliente, conforme detalhado a seguir. Nesta reflexão, iremos nos deter em dois aspectos do marketing de compostos lácteos: design de rótulo e estratégias de publicidade dos produtos nas redes sociais, mídia televisiva e páginas eletrônicas dos fabricantes, à luz do proposto por McDaniel e Gates.¹⁸

No caso do design do rótulo dos produtos, são usadas palavras como "Premium", "Supreme" e similares, que reforçam a ideia de que o produto tem composição especial e que favorece um crescimento mais adequado, quando

comparado ao leite em pó. As alegações nutricionais mais comuns são a presença de DHA, ser fonte de minerais, ser rico em vitaminas, zero adição de açúcares, e adição de fibras para auxiliar no funcionamento intestinal. Tão ou mais importante que as alegações nutricionais é o design do rótulo destes produtos. As embalagens de CL apresentam as mesmas cores, fonte e tipo de letra, distribuição de texto e elementos de destaque que produtos voltados para crianças menores de um ano (fórmulas infantis e de seguimento) da mesma marca (figura 1).

Essas características, ressaltadas por estratégias de marketing, dão a entender que o composto lácteo é o produto que dá continuidade, na alimentação infantil, às fórmulas infantis e fórmulas de seguimento, e que, além do preço atrativo quando comparado às fórmulas infantis, pode induzir o cuidador à compra. Isso pode ocorrer através da utilização do marketing de relacionamento, uma ferramenta caracterizada pelo foco na relação comercial de longo prazo, com o objetivo de fidelizar os clientes à marca. Nesse tipo de marketing, a empresa precisa oferecer o que o cliente procura: suprir suas necessidades com acesso ao melhor produto pelo menor preço possível, de maneira que o cliente confie que aquilo é o melhor para ele.¹⁹

Além disso, existe o risco de os cuidadores confundirem CL com a fórmula infantil, fazendo uma substituição não equivalente. Em hipótese alguma o composto lácteo deve ser ofertado a crianças menores de um ano, já que eles são formulados para as necessidades nutricionais de crianças maiores, e não como uma dieta completa, e sim um “complemento”.

Ainda em relação às alegações nutricionais presentes nos rótulos, a adição de óleos vegetais ou de peixe, fibras, imunonutrientes, vitaminas e

minerais é valorizada. A promessa é de que estes elementos garantirão uma nutrição adequada, crescimento e desenvolvimento motor e dos ossos, força e inteligência. Pela propaganda, composto lácteo é quase mágico. Fornece, sozinho, tudo o que a criança precisa.

Outras estratégias de promoção comercial envolvem a oferta de brindes e brinquedos, preço com desconto na compra de maior quantidade de latas, e até mesmo assinatura de canais de desenhos voltados para crianças. As estratégias não param por aí: existem clubes de compra dos compostos nos sites das marcas fabricantes; promoção nas mídias sociais, patrocínio pago a *blogs* voltados à maternidade e influenciadores digitais, e promoção dos produtos por celebridades. As páginas eletrônicas dos fabricantes apresentam seções de perguntas e respostas, muitas vezes assinadas por profissionais de saúde, justificando e enfatizando as vantagens dos aditivos.¹¹

Por isso precisamos conversar sobre eles. É urgente a regulação desse tipo de produto. É importante que, do mesmo modo que ocorreu no passado, sociedade civil, profissionais de saúde, órgãos governamentais e não governamentais unam forças e se manifestem por uma atualização na legislação vigente, de modo que a comercialização e publicidades dos chamados CL estejam sob as mesmas regras rígidas dos demais produtos para a primeira infância. É necessária a inclusão nominal desses produtos no escopo do Decreto nº 9.579/2018,⁷ conceituando-os como categoria própria e condicionando-os, minimamente e diante do potencial dano presumível de seu uso indevido, às mesmas restrições de promoção comercial das fórmulas de seguimento e primeira infância. Nossas crianças devem ser protegidas, e isso não pode esperar.

Figura 1. Comparação de exemplos de rótulos de compostos lácteos com os de fórmulas infantis



Fonte: Banco de imagens da internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Muller M. The Baby Killer: A War on Want Investigation into the Promotion and Sale of Powdered Baby Milks in the Third World. London: War on Want; 1974.
2. Amorim STSP. Alimentação infantil e o marketing da indústria de alimentos, Brasil, 1960-1988. História: questões & debates 2005; 42:95-111.
3. Rea MF. Substitutos do leite materno: passado e presente. Rev. Saúde Pública 1990; 24(3): 241-249.

4. WHO/UNICEF. International code of marketing breast-milk substitutes. WHO Chron 1981;35:112-17.
5. Brasil. Lei nº 11.265. Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos. Diário Oficial da União. 4 de janeiro de 2006.
6. Brasil. Decreto 8552. Regulamenta a Lei nº 11.265, de 3 de janeiro de 2006, que dispõe sobre a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e de produtos de puericultura correlatos. Diário Oficial da União. 3 de janeiro de 2006.
7. Brasil. Decreto 9579. Consolida atos normativos editados pelo Poder Executivo federal que dispõem sobre a temática do lactente, da criança e do adolescente e do aprendiz, e sobre o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, o Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente e os programas federais da criança e do adolescente, e dá outras providências. Diário Oficial da União. 22 de novembro de 2018.
8. Araújo MFM, Otto. AFN, Schmitz, BAS. Primeira avaliação do cumprimento dos "Dez Passos para o Sucesso do Aleitamento Materno" nos Hospitais Amigos da Criança do Brasil. Rev. Bras. Saude Mater. Infant. 2003; 3(4): 411-419.
9. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Brasil). Instrução Normativa nº 28. 12 de junho de 2007. Diário Oficial da União 12 de junho de 2007.
10. Nestlé Baby&Me [homepage na internet]. Composto lácteo, perguntas e respostas; 2019.
11. Przyrembel H, Agostoni B. Growing up milk: a necessity or marketing? In: Szajewska H, Shamir R (eds): Evidence-based research in pediatric nutrition. World Rev Nutr Diet. 108:49-55, 2013.
12. Wall, CR., Hill, RJ., Lovell, AL., Matsuyama, M., Milne, T., Grant, CC. Davies, PSW. A multicenter, double-blind, randomized, placebo-controlled

- trial to evaluate the effect of consuming Growing Up Milk "Lite" on body composition in children aged 12-23 mo. *The American journal of clinical nutrition* 2019; 109(3): 576-585.
13. Lovell, A. L., Milne, T., Jiang, Y., Chen, R. X., Grant, C. C., & Wall, C. R. Evaluation of the Effect of a Growing up Milk Lite vs. Cow's Milk on Diet Quality and Dietary Intakes in Early Childhood: The Growing up Milk Lite (GUMLi) Randomised Controlled Trial. *Nutrients* 2019; 11(1), 203.
 14. Chatchatee P, Lee WS, Carrilho E, et al. Effects of growing up milk supplemented with prebiotics and LCPUFAs on infections in young children. *J Pediatr Gastroenterol Nutr.* 2014; 58(4):428-437.
 15. Brasil. Ministério da Saúde (MS). Guia Alimentar para a População Brasileira. Brasília: MS; 2014.
 16. Ludwig, D. Technology, diet, and the burden of chronic disease. *JAMA* 2011; 305:1352-1353.
 17. Brasil. Lei nº. 8078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Diário Oficial da União 12 set 1990; 128(176 supl):1.
 18. McDaniel, C.; Gates, R. **Pesquisa de Marketing**. 5 ed. São Paulo: Elsevier Academic; 2003.
 19. Berry, L. L. Relationship marketing of service perspectives from 1983 and 2000. *Journal of Relationship Marketing* 2002; 1(1):59-77.

5.2. ARTIGO ORIGINAL 2

Composição e comercialização de compostos lácteos no Brasil: resultados do estudo Multi-NBCAL.

Dryelle Oliveira Dias Leão

Enilce Fonseca de Oliveira Sally

Cristiano Siqueira Boccolini

Muriel Bauermann Gubert.

Resumo

Introdução: A Lei 11.265/2006, regulamentada pelo Decreto 9579/2018 foi criada com base no Código que regulamenta os substitutos do leite materno. Recentemente foi lançado no mercado produto denominado composto lácteo, não descrito nominalmente na Lei, mas direcionado a crianças maiores de um ano, de composição nutricional crítica. **Objetivo:** Avaliar os compostos lácteos comercializados no Brasil, em relação à composição nutricional e estratégias de marketing de publicidade, além de avaliar infrações à NBCAL relativas a estes produtos em sete capitais brasileiras. **Metodologia:** Estudo quali-quantitativo, com avaliação de composição e adequação de rotulagem nutricional, alegações nutricionais, estratégias de marketing em redes sociais e sítios eletrônicos, prática de promoção cruzada, e nível de processamento alimentar; e análise da promoção comercial e de fatores associados à ocorrência de infrações de compostos lácteos à NBCAL em sete cidades Brasileiras, a partir do estudo Multi-NbcAl. As análises quantitativas incluem estatísticas descritivas, testes do qui-quadrado de Pearson e exato de Fischer, e regressão logística. **Resultados:** Foram avaliados todos os 18 compostos lácteos comercializados no mercado brasileiro, sendo a totalidade classificados como produtos ultraprocessados segundo a classificação NOVA. Na análise de estratégias de marketing, 55,6% apresentavam promoção cruzada, com destaque para a semelhança entre os compostos lácteos e fórmulas infantis da mesma marca. Além disso, verificou-se o destaque às alegações nutricionais

como o conteúdo de ferro e cálcio para evitar anemia e manter saúde óssea, respectivamente (88,9%); a presença de fibras para o funcionamento intestinal (50%) e a presença de DHA e ômega 3 para desenvolvimento cognitivo (50%). No estudo Multi-Nbcal, dos 1474 estabelecimentos avaliados, 496 (33,6%) apresentaram infrações relativas a compostos lácteos. As estratégias de promoção comerciais mais comuns nos estabelecimentos foram as de desconto no preço e exposição especial. Estiveram associados ao maior número de infrações o estabelecimento ser farmácia (OR:3,02, IC: 2,12 - 4,31); pertencer a rede (OR:6,10, IC: 3,55 - 1-,48); receber visita de representantes comerciais (OR:2,66, IC: 1,85 - 3,83); receber treinamento de NBCAL pela indústria alimentícia (OR:11,72, IC: 2,83 - 48,39); e ter a arrumação de produtos definida pela matriz (OR:3,06, IC: 2,20 - 4,27). **Conclusão:** A composição de compostos lácteos não é adequada à crianças pequenas, sendo necessária a inclusão explícita do produto na regulamentação da Lei 11265/06, além da fiscalização efetiva de suas vendas e do marketing audiovisual e digital.

Palavras-chave: Compostos lácteos; composição nutricional; publicidade; promoção cruzada.

1. INTRODUÇÃO

O Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno foi criado em 1981 pela Organização Mundial de Saúde (OMS) [1] com o intuito de regulamentar a comercialização de substitutos do leite materno, em virtude da redução da prevalência e duração do aleitamento materno e crescentes taxas de mortalidade infantil no mundo entre as décadas de 1950 e 1970, atribuídas em parte ao marketing agressivo das fórmulas infantis. Ele foi adotado pelo Brasil em 1988, inicialmente como uma Resolução do Conselho Nacional de Saúde, e mais atualmente como a Lei 11.265/2006 [2], regulamentada pelo Decreto 9.579/2018 [3]. Hoje, a denominada Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL) é um dos instrumentos legais mais completos existentes no mundo, permitindo monitorar infrações

referentes a fórmulas infantis, mamadeiras, bicos, chupetas, leites e alimentos de transição.

Recentemente, foi lançado no comércio brasileiro um produto denominado de composto lácteo. Segundo a legislação regulamentadora do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, composto lácteo é definido como um produto com a mistura de pelo menos 51% de base láctea (leite ou derivados) com outros produtos ou substâncias alimentícias lácteas ou não, os quais podem ter adição de óleos vegetais, açúcar e aditivos químicos, como aromatizantes, conservantes, realçadores de sabor, entre outros [4]. Essa composição os caracteriza como produtos ultraprocessados, segundo a classificação NOVA [5]. Mesmo sendo um produto ultraprocessado, o composto lácteo é, segundo as informações dos fabricantes, destinado a crianças a partir de um ano de idade e adquire diversas nomenclaturas ao redor do mundo como “growing-up milk”, “toddler milk” e “leche de crecimiento”, todos referentes a um produto lácteo utilizado como suplementação, em seguimento ao uso das fórmulas infantis [6].

Apesar de ser um produto destinado ao público claramente abrangido pela Lei 11.265/06 [2], por não estar citado nominalmente na NBCAL há dificuldades no seu monitoramento e sanção. Os compostos lácteos podem ser enquadrados no artigo 1º, inciso IV, que inclui “outros alimentos ou bebidas à base de leite ou não, quando comercializados ou de outra forma apresentados como apropriados para a alimentação de lactentes e crianças de primeira infância”, porém uma regulamentação mais específica e clara facilitaria o monitoramento de marketing, não deixando margem para interpretações divergentes acerca da Lei.

Segundo monitoramento nacional realizado pela Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (IBFAN) em 2020, os compostos lácteos foram responsáveis por 35,7% das infrações à NBCAL em lojas físicas e 18,2% na internet, nas quais a infração mais comum dizia respeito à promoção comercial inadequada do produto, caracterizada pela ausência de um cartaz contendo uma frase que ressaltasse a importância do leite materno e sua recomendação até 2 anos de idade ou mais. [7]

Diante deste cenário, o objetivo deste trabalho é avaliar os compostos lácteos comercializados no Brasil, em relação à sua composição nutricional e estratégias de marketing de promoção, além de avaliar infrações à NBCAL relativas a estes produtos em mercados e farmácias de sete capitais brasileiras.

2. METODOLOGIA

A metodologia deste estudo está dividida em duas partes: pesquisa exploratória e análise de dados proveniente de estudo multicêntrico de caráter transversal, denominado *Estudo Multicêntrico de Avaliação do Cumprimento da NBCAL* (Multi-NBCAL).

Pesquisa Exploratória

Para a realização da pesquisa exploratória de caráter qualitativo, foram listados todos os compostos lácteos identificados durante o estudo multicêntrico Multi-NBCAL [8], descrito com mais detalhes na próxima seção. Todos os produtos que compunham a lista foram identificados e fotografados, em junho de 2020, em três estabelecimentos comerciais na cidade de Brasília (dois supermercados e uma farmácia), escolhidos por conveniência. Não se identificou, neste momento, nenhum outro composto lácteo comercializado que não fizesse parte da lista da Multi-NBCAL, sendo, portanto, abrangidos neste estudo todos os compostos lácteos comercializados no Brasil ano de 2020. Nos estabelecimentos comerciais foram também fotografadas as fórmulas infantis e leites em pó dos mesmos fabricantes dos compostos lácteos listados, para análise de similaridade de elementos visuais e caracterização da promoção cruzada.

Para registros das informações das embalagens dos compostos lácteos, foram criadas duas planilhas de extração de dados, segundo a técnica de observação pessoal [9]. Na primeira planilha eram registrados os dados de composição nutricional, relativos aos nutrientes da rotulagem nutricional obrigatória (carboidratos, proteínas, gorduras totais, saturadas e trans, fibra alimentar, vitaminas, minerais e sódio); a informação nutricional complementar

(porção, medida caseira e percentual de valor diário); a lista de ingredientes; avisos para alérgicos e intolerantes; e as alegações nutricionais [10,11]. Também foi registrado o nível de processamento dos ingredientes, segundo a classificação NOVA [5], utilizada no Guia Alimentar para Crianças menores de dois anos [12].

Na segunda planilha de extração de dados eram registradas as informações acerca de estratégias de marketing utilizadas pelo fabricante nos sítios eletrônicos e redes sociais oficiais dos produtos como diagramação, destaques, promoções e alegações nutricionais. Foram analisadas as estratégias de marketing como o uso de promoção de preço, exposição especial, brindes e materiais educativos voltados ao público infantil e seus cuidadores.

A estratégia de busca nos sites e redes sociais foi realizada através da combinação do nome do produto e da marca fabricante, nos sites de busca como Google e Bing e a mesma estratégia foi utilizada para as redes sociais Instagram e Facebook. O objetivo da busca era encontrar os sítios eletrônicos oficiais dos produtos e propagandas em redes sociais. Os resultados desta fase foram descritos com as cinco frases mais frequentes nas publicações desses produtos, contidos nos textos dos sítios eletrônicos e legendas de fotos em redes sociais, além da indexação por cerquilhas (hashtags).

Estudo Multicêntrico de Avaliação do Cumprimento da NBCAL (Multi-NBCAL)

As infrações à NBCAL na promoção comercial dos compostos lácteos em estabelecimentos comerciais foram avaliadas no Estudo Multicêntrico de Avaliação do Cumprimento da NBCAL (Multi-NBCAL). A Multi-NBCAL foi um estudo multicêntrico transversal que investigou infrações à NBCAL em estabelecimentos comerciais (farmácias e mercados) de sete capitais brasileiras (Rio de Janeiro/RJ; São Paulo/SP; Ouro Preto/MG; Florianópolis/SC; João Pessoa/PB; Brasília/DF e Belém/PA). Os estabelecimentos comerciais foram incluídos na pesquisa pelo método censo, sendo estudados 1.474

estabelecimentos comerciais, com amostra mínima de conveniência mínima de 200 estabelecimentos em cada centro colaborador (Material suplementar 1), em bairros com populações de diferentes estratos socioeconômicos. Maiores detalhes da metodologia do estudo Multi-NBCAL estão descritos no artigo de Boccolini et al (2020) [8].

O estudo Multi-NBCAL foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio/FIOCRUZ/RJ, através dos pareceres nº 2.688.018 de 02 de junho de 2018 e nº 2.912.729 de 24 de setembro de 2018, adequados à Resolução CNS nº 466/12 [13].

Os questionários da Multi-NBCAL foram aplicados com apoio de aparelhos celulares, utilizando o aplicativo Magpi® e foram construídos e adaptados a partir dos questionários de monitoramento da Rede Internacional pela Proteção da Amamentação (IBFAN) e NetCode (OMS) [14,15], testados em pesquisa prévia [16]. A coleta de dados foi realizada por entrevistadores treinados, a partir de observação direta e entrevistas aos gerentes nos estabelecimentos comerciais, entre novembro e dezembro de 2018. Esses questionários também forneceram a listagem dos compostos lácteos comercializados no Brasil, utilizados na fase da pesquisa exploratória, já descrita.

As variáveis de interesse do estudo Multi-NBCAL utilizadas neste estudo foram as relativas apenas às infrações à NBCAL de compostos lácteos: local de ocorrência (cidade/centro colaborador), tipo de estabelecimento, pertencimento a grandes redes, presença de infrações na promoção comercial, tipo de promoção comercial quando havia infração (desconto, exposição especial, brindes e material educativo – com orientações para alimentação ou utilização desses produtos). Ainda foram investigados, junto ao gerente do estabelecimento: conhecimento acerca da legislação NBCAL, informação sobre visita da agência de vigilância sanitária local, recebimento de representantes e treinamento em aleitamento materno, alimentação complementar e legislação.

A definição de promoção comercial utilizada neste estudo é a descrita no Decreto 9.579/2018 [3] que regulamenta a Lei 11.265/2006 [2]: conjunto de atividades informativas e de persuasão, procedente de empresas responsáveis

pela produção, manipulação, distribuição ou comercialização do produto em questão, incluída a divulgação, por meios audiovisuais, auditivos e visuais, com o objetivo de induzir a aquisição ou a venda do mesmo.

Para análise dos dados provenientes do estudo Multi-NBCAL, inicialmente as frequências das infrações foram agrupadas por produto. Neste estudo serão avaliadas apenas as infrações relativas aos compostos lácteos. As infrações foram então analisadas conforme categorização do tipo de promoção comercial (desconto, exposição especial e outros) e local de ocorrência, para verificar a distribuição da frequência do tipo de promoção comercial e diferenças entre os centros colaboradores, avaliados a partir do teste qui quadrado de Pearson para valores de frequência absoluta maiores que 5 ou o teste exato de Fischer para valores abaixo de 5.

Para análise de fatores associados às infrações foram realizadas inicialmente análises bivariadas sendo utilizadas as variáveis de local, tipo de estabelecimento, pertencimento a rede, recebimento de visitas da VISA local, visitação do estabelecimento por promotores ou interferência da matriz na arrumação das gôndolas, e qualificação, treinamento e conhecimento do gerente acerca da NBCAL.

Por fim, foi construído modelo de regressão logística, incluindo as variáveis com p igual ou inferior a 0,2 nas análises binárias. Permaneceram no modelo final aquelas com p menor ou igual a 0,5.

Resultados

Estudo Exploratório

Foram identificadas 19 marcas de compostos lácteos comercializados no Brasil, em 2020. Um produto identificado no estudo Multi-NBCAL foi excluído da listagem devido à interrupção de sua comercialização. Sendo assim, 18 compostos lácteos foram analisados quanto à composição nutricional e estratégias de marketing nas embalagens e nos sítios eletrônicos de seus fabricantes.

A maioria dos compostos (94,4%, n=17) continha soro do leite, vitamina C e ferro, além de leite desnatado (72,2%, n=13) e leite integral, respectivamente (44,4%, n= 8). Em relação aos carboidratos, 72% (n=13) dos produtos foram adicionados de maltodextrina. O açúcar simples foi adicionado em um dos produtos. Um dos compostos lácteos reunia vários carboidratos: frutose, maltodextrina, xarope de glicose e dextrose e apresentava a alegação “sabor delicioso”. O percentual de produtos contendo adição de óleo vegetal, como girassol, coco, canola e soja foi de 56%(n=10). Já o óleo de peixe foi adicionado em 39% (n=7) dos produtos (Tabela 1).

Os rótulos dos compostos lácteos analisados estavam em sua maioria (94,4%,n=17) em conformidade com as legislações [10,11] nos quesitos tabelas nutricionais, listas de ingredientes, informações nutricionais complementares e alegações. Apenas um dos rótulos não apresentou a lista de ingredientes de forma clara, não sendo possível identificar a ordem da lista de ingredientes, como preconizado pela legislação.

A fim de verificar os ingredientes presentes em maior quantidade no produto, a ordem dos ingredientes foi analisada e para 94,4% (n=17) dos compostos lácteos, o ingrediente em maior quantidade foi o leite de vaca, integral ou parcialmente desnatado. Na sequência, soro do leite 94,4% (n=17). Depois, a lactose 44,4% (n=8) e a maltodextrina 72,2% (n=13) apareceram como carboidratos adicionados aos compostos lácteos. Os rótulos de 66,6% (n=12) desses produtos apresentavam alegações relacionadas ao crescimento e desenvolvimento infantil. As alegações nutricionais mais frequentes foram: fonte de vitaminas e minerais (94,4%, n=17), ricos em minerais (61,1%,n=11), com adição de óleos vegetais (50,0%, n=9) e com fibras (50%,n=9) (Tabela 2).

Em relação à promoção cruzada, as semelhanças foram encontradas entre três categorias de produtos: fórmulas infantis de partida e seguimento, compostos lácteos e leites em pó. Ao se analisar os rótulos dos compostos lácteos, 55,6% (n=10) apresentavam distribuição textual e aparência similares a formulas infantis e leites de mesmas marcas quanto à embalagem, fontes, cores, logotipos e gráfico, além da presença de palavras como “Premium”,

“supreme”, “profutura” e “Forti+” que reforça a ideia de produtos com características especiais.

Na avaliação dos sítios eletrônicos e redes sociais oficiais desses produtos, as alegações mais frequentes foram: “fornece imunonutrientes para ajudar a fortalecer as defesas naturais (27,8%, n=5)”, “fibras para saúde intestinal (50,0%, n=9)”, “rico em ferro para redução do risco de anemia e cálcio para saúde óssea (88,9%, n= 16)”, “com DHA e ômega 3, para ajudar no desenvolvimento cognitivo - principalmente evolução adequada de visão e cérebro (50,0% n= 9)” e “zero adição de açúcar (33,0% n= 6): importante para a formação de hábitos alimentares saudáveis”.

Verificaram-se nos sítios eletrônicos orientações provenientes de profissionais de saúde (11,1%, n=2), além de sugestões de atividades lúdicas e interativas para serem realizadas pela criança, com instruções e indicação de faixa etária, por meio de diagramação colorida e atrativa em 22,2%, (n=4).

Multi-Nbcal

Dos 1474 estabelecimentos avaliados em 7 cidades de todo o país, 496 (33,6%) apresentaram infrações à NBCAL referentes a compostos lácteos. Na análise das infrações relacionadas aos compostos lácteos, verificou-se que as infrações diferiram entre as cidades apenas para desconto e exposição especial. As cidades com maior número de infrações foram Rio de Janeiro (n=94), seguida por São Paulo (n=93) e Belém (n=92). Em Ouro Preto apenas 4 infrações foram identificadas (Tabela 3). Na análise dos fatores associados à ocorrência de infrações à NBCAL (Tabela 4) o modelo de regressão múltipla mostrou que comparada ao Rio de Janeiro, as cidades com mais chance de apresentar infrações de compostos lácteos em seus estabelecimentos foram São Paulo (OR=4,41, $p < 0,001$) e João Pessoa (OR=2,24 $p = 0,002$). As farmácias foram os estabelecimentos que apresentaram maior chance de infração (OR=3,02, $p < 0,001$), assim como o fato de o estabelecimento pertencer a rede (OR=6,10, $p < 0,001$) e receber visitas de representantes da indústria (OR=2,66, $p < 0,001$).

Discussão

Todos os compostos lácteos avaliados no estudo foram caracterizados como alimentos ultraprocessados [17], pois adicionaram ingredientes industriais e exclusivos desses alimentos tais como maltodextrina, frutose, emulsificantes, aromatizantes e conservantes. Desta forma, segundo o Guia Alimentar para Crianças Brasileiras Menores de 2 Anos [12], não são recomendados para a alimentação infantil, uma vez que seu consumo está relacionado ao desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis como diabetes, hipertensão e câncer, além da cárie dentária e obesidade infantil [18,19]. Mesmo sendo um produto UP, de forma divergente às orientações do Ministério da Saúde [17,12], a Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) alega no *Manual de Orientação - Fórmulas e Compostos Lácteos Infantis: em que diferem?* que, apesar dos compostos lácteos não serem essenciais, eles podem ser indicados a critério médico para suplementação de crianças, como uma opção para melhorar a quantidade e a qualidade dos nutrientes ingeridos [20]. Isso é preocupante, pois orientações divergentes, principalmente provenientes de sociedades médicas renomadas, podem confundir os cuidadores.

Em relação à composição, entre os ingredientes adicionados aos compostos lácteos, evidencia-se a utilização recorrente da maltodextrina, que foi o açúcar de adição mais frequente (72,2%, n=13). Ela é uma fonte de carboidrato com índice glicêmico maior que a própria sacarose e ingrediente exclusivo de alimentos ultraprocessados. O consumo frequente de alimentos com índices glicêmicos altos estão relacionados a resistência à insulina e o desenvolvimento de diabetes mellitus [21]. A adição deste ingrediente a um produto destinado ao público infantil contrapõe o argumento de que os compostos são saudáveis e adequados à alimentação infantil [22]. Em relação à base láctea, destaca-se a adição do soro do leite, subproduto do processamento de outros produtos lácteos, produto com alto grau de desmineralização e desproteínização, com concentração de 80% de lactose, provavelmente utilizado para aumentar sabor e palatabilidade [23]. Para correção dos níveis de minerais e vitaminas os compostos lácteos utilizam adição destes elementos a sua formulação, entretanto estudos mostram que o teor desses micronutrientes nos alimentos

ultraprocessados tende a ser menores do que em alimentos in natura e minimamente processados [18].

Em relação à avaliação da rotulagem nutricional, as embalagens contemplam todos os itens da legislação obrigatória [10,11], como informação nutricional contendo valor energético, descrição de macro e micronutrientes, lista de ingredientes, instruções para preparo do produto, nome, lote e origem.

Entretanto, ainda em relação à rotulagem e embalagem dos compostos lácteos, dois pontos são importantes de serem destacados.

O primeiro diz respeito à promoção cruzada, definida como conjunto de técnica de vendas que promove novos produtos relacionando-os com produtos que já existem no mercado [24]. Os rótulos de compostos lácteos eram visualmente semelhantes aos rótulos das fórmulas infantis, destinadas a crianças menores de um ano de idade, o que pode confundir e induzir famílias a oferecê-los para bebês menores de 6 meses [25] pela similaridade e preço mais barato. Em estudo realizado na Austrália os cuidadores entendiam anúncios de compostos lácteos como sendo de fórmulas infantis [26]. Esse é um grande problema, pois os compostos possuem composição nutricional inadequada para serem consumidos como sendo 100% da dieta.

O segundo ponto diz respeito à presença de alegações nutricionais. São comuns nas embalagens alegações do tipo “promove a saúde intestinal” ou “auxilia o desenvolvimento cognitivo”. As alegações nutricionais são uma forma de auxiliar o consumidor na tomada de decisão para escolhas alimentares saudáveis [27]. Entretanto, neste caso, elas podem induzir consumidores a perceber o produto como semelhantes ou superiores em vantagem ao leite materno ou outros leites integrais, estratégia muito semelhante à utilizada pela indústria na década de 1970 para promoção das formulas infantis, antes da regulamentação [1].

O marketing digital foi popularizado nas duas últimas décadas, pois com a difusão da internet, a indústria vislumbrou a oportunidade de obter novos clientes e fidelizá-los [28], principalmente com a pandemia de Covid-19, que gerou aumento do comércio online. Tal fato pode ser verificado pelo aumento

de propagandas dos produtos na internet. Todos os compostos lácteos têm sites oficiais, dos quais 22,2% (n=4) apresentam face interativa e redirecionamento para outros sites, de compras de produtos. Ao constatar esse fato, o monitoramento de 2020 do IBFAN teve como foco a busca por infrações também na internet, sendo observado o aumento do número de infrações de compostos em relação a anos anteriores, sendo 18,2% apenas na internet, muitas delas diretamente verificadas nos sites de comércio eletrônico, redes sociais e anúncios patrocinados, como os achados do presente estudo [7].

Os dados analisados referentes ao estudo Multi-NbcAl indicam os CL como os campeões de infrações à NBCAL [16]. As infrações mais comuns foram desconto e exposição especial. Segundo a NBCAL esse tipo de promoção comercial é permitida, desde que o produto seja acompanhado da frase de advertência, “O Ministério da Saúde informa: após os 6 (seis) meses de idade, continue amamentando seu filho e ofereça novos alimentos”, em letra legível e próxima ao produto. Estudos anteriores já evidenciaram esse tipo de infração como o mais recorrente [29,30].

O fato de haver forte associação entre o recebimento de visitas dos representantes das indústrias e o pertencimento do estabelecimento a uma rede aumenta o risco de infrações aos compostos lácteos mostra a relação próxima entre estabelecimento e a indústria, já apontado em estudo anterior no Rio de Janeiro [31]. Essa proximidade se refere principalmente à negociação direta, com obtenção de descontos e facilidades no pagamento [32], além de maior difusão dos produtos da indústria patrocinadora, que amplie o lucro de ambos.

Quanto ao tipo de estabelecimento, a associação se justifica pela farmácia fornecer produtos especializados, e por isso apresenta maior variedade desse tipo de produto. Aliado ao desconhecimento dos profissionais envolvidos na comercialização e mesmo os profissionais de saúde, espera-se que a demanda de infrações não seja coberta pela fiscalização [16].

Concluindo, observa-se um aumento na publicidade e consumo dos compostos lácteos no Brasil, com forte atuação da indústria em

estabelecimentos físicos e na mídia digital, além de alto número de infrações à NBCAL [7]. O composto lácteo é um produto que possui a composição nutricional oposta ao que é recomendado para o público infantil, ou seja, é um produto ultraprocessado, com alto teor de açúcar, gordura e sódio. Ele é enquadrado nas fiscalizações como alimento de transição, mas como não está nominalmente descrito na lei permanece sendo o produto responsável pelo maior número de infrações à NBCAL. As empresas justificam uma suposta brecha na legislação para argumentar contra as infrações registradas, apesar de os próprios rótulos destes produtos os caracterizarem no escopo da NBCAL [33]. Essa publicidade maciça de um produto ultraprocessado, pelas suas características nutricionais não recomendadas à população infantil, caracteriza-se como um problema a ser tratado com urgência e seriedade pelas instituições públicas responsáveis por políticas de promoção e proteção do aleitamento materno.

É urgente a necessidade de inclusão explícita do composto lácteo na regulamentação da Lei 11265/06, garantindo uma fiscalização efetiva de suas vendas e do marketing audiovisual e digital, incluindo, no escopo da fiscalização, os influenciadores digitais, redes sociais, televisão e web sites, tantos os oficiais dos produtos como os de comercialização deles, visando monitorar um nicho que ainda não está regulado e que cada vez mais pessoas têm acesso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. WHO/UNICEF. International code of marketing breast-milk substitutes. WHO Chron 1981; 35:112-17.
2. Brasil. Lei nº 11.265. Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos. Diário Oficial da União. 4 de janeiro de 2006.
3. Brasil. Decreto 9579. Consolida atos normativos editados pelo Poder Executivo federal que dispõem sobre a temática do lactente, da criança e do adolescente e do aprendiz, e sobre o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, o Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente e os programas federais da criança e do adolescente, e dá outras providências. Diário Oficial da União. 22 de novembro de 2018.
4. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Brasil). Instrução Normativa nº 28. Aprovar o regulamento técnico para fixação de identidade e qualidade de composto lácteo. Diário Oficial da União. 12 de junho de 2007.
5. Monteiro CA, Cannon G, Levy RB, Moubarac J-C, Jaime PC, Martins ANB, Canella D, Louzada M, Parra D. NOVA. A estrela brilha. World Nutrition 2016; 7(1-3):28-40.
6. Toma T, Salve J, Muller F. Código Internacional e NBCAL: salvaguardas para um mundo com menos pressão do marketing sobre as famílias de crianças pequenas In: Promoção, Proteção e Apoio ao Aleitamento Materno: evidências científicas e experiências de implementação. Org: Sonia Ioyama Venancio; Tereza Setsuko Toma. – São Paulo: Instituto de Saúde, 2019. p.179-200 (Temas em saúde coletiva).

7. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor [Internet] Mai. 2020 [Acesso em 10 maio 2021]; Em defesa da amamentação e da alimentação complementar saudável - Monitoramento: NBCAL 2020. Disponível em: <https://idec.org.br/defesa-da-amamentacao/monitoramento>.
8. Boccolini, CS et al. Metodologia e indicadores para monitoramento da NBCAL em estabelecimentos comerciais e serviços de saúde: estudo multicêntrico (Multi-NBCAL). No prelo, 2021.
9. McDaniel, C.; Gates, R. Pesquisa de Marketing. 5 ed. São Paulo: Elsevier Academic; 2003.
10. Brasil. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução de Diretoria Colegiada. RDC nº 429. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. Diário Oficial da União. 8 de out. de 2020.
11. Brasil. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. (Brasil). Instrução Normativa nº 75. Estabelece os requisitos técnicos para declaração da rotulagem nutricional nos alimentos embalados. Diário Oficial da União 8 de out. de 2020.
12. Brasil. Ministério da Saúde (MS). Guia Alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos. Brasília: MS; 2019.
13. Brasil. Conselho Nacional de Saúde. Resolução 466/12. Trata de pesquisas em seres humanos e atualiza a resolução 196. Diário Oficial da União. 12 dez. 2012.
14. World Health Organization & UNICEF. NetCode toolkit. Monitoring the marketing of breast milk substitutes: Protocol for ongoing monitoring systems. Geneva, Switzerland: World Health Organization; 2017.

15. Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (IBFAN Brasil). Manual do Curso de Capacitação em Monitoramento da NBCAL. Jundiaí; 2007.
16. Silva KBD, Oliveira MIC, Boccolini CS, Sally EOF. Illegal commercial promotion of products competing with breastfeeding. Rev Saude Publica. 2020 Jan 31; 54: 10.
17. Brasil. Ministério da Saúde (MS). Guia Alimentar para a População Brasileira. Brasília: MS; 2014.
18. Louzada MLC, et al. Impacto de alimentos ultraprocessados sobre o teor de micronutrientes da dieta no Brasil. Rev Saúde Pública 2015; 49:45.
19. Sparrenberger K, Friedrich RR, Schiffner MD, Schuch I, Wagner MB. Ultra-processed food consumption in children from a Basic Health Unit. J Pediatr (Rio J.). 2015;91:535-42.
20. Sociedade Brasileira de Pediatria. Manual de orientação. Fórmulas e compostos lácteos infantis: em que diferem? Atualizada. Porto Alegre: SBP, 2021.
21. Carvalho, GQ; Alfenas, RCG. Índice glicêmico: uma abordagem crítica acerca de sua utilização na prevenção e no tratamento de fatores de risco cardiovasculares. Rev. Nutr. 21 (5) 2018. pp. 577-587.
22. Foster-Powell K, Holt SH, Brand-Miller JC. International table of glycemic index and glycemic load values: 2002. Am J Clin Nutr. 2002 Jul;76(1):5-56.
23. Alves MPA. et al. Soro de leite: tecnologias para o processamento de coprodutos. Rev Instituto Laticínios Cândido Tostes. mai/jun, 2014; 69(3): 212-226. Juiz de Fora.
24. World Health Organization (WHO). World Health Assembly (WHA) Resolution 69.9 Ending inappropriate promotion of foods for infants and

young children.

25. Leao, DOD; Gubert, MB. Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos. *Demetra*, vol 14, supl 1:e43609, p. 1-8, Rio de Janeiro; 2019.
26. Pereira C, Ford R, Feeley AB, Sweet L, Badham J, Zehner E. Cross-sectional survey shows that follow-up formula and growing-up milks are labelled similarly to infant formula in four low and middle income countries. *Matern Child Nutr*. 2016 Apr;12 Suppl 2(Suppl 2):91-105.
27. Cavada, G. S. et al. Rotulagem nutricional: você sabe o que está comendo? *Braz. J. Food Technol.*, IV SSA, Mai 2012, p. 84-88.
28. Blessa R. *Merchandising no ponto de venda*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
29. Gurgel TEP. Monitoramento da promoção comercial de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e de produtos de puericultura em estabelecimentos comerciais de Mossoró, Rio Grande do Norte. *Rev Nutrivisa*. 2016;3(1):21-5.
30. Liu A, Dai Y, Xie X, Chen L. Implementation of international code of marketing breast-milk substitutes in China. *Breastfeed Med*. 2014 Nov;9(9):467-72.
31. de Oliveira MIC, Boccolini CS, Fonseca Sally EO. Breastmilk Substitutes Marketing Violations and Associated Factors in Rio de Janeiro, Brazil. *J Hum Lact*. 2021 Feb; 37(1):158-168.
32. Soares, W. B., Wegner, D., & Dolci, P. C. (2016). Merger as a growth strategy of business networks: A case study of a drugstore network.

Revista Ibero-Americana de Estratégia [Ibero-American Journal of Strategy], 15(1), 83-96.

33. Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. RDC nº 222 de 05 de agosto de 2002. Regulamento técnico para a promoção comercial dos alimentos para lactentes e crianças de primeira infância. Brasília: Diário Oficial

Tabela 1. Ingredientes dos compostos lácteos comercializados no Brasil, 2020.

Categoria	Ingrediente	N	%
Base láctea	Soro do leite	17	94,4
	Leite desnatado	13	72,2
	Leite integral	8	44,4
	Manteiga	1	5,6
	Creme de leite	1	5,6
	Leitelho	1	5,6
Carboidratos	Maltodextrina	13	72,2
	Açúcar simples	1	5,6
	Frutose	1	5,6
	Lactose	8	44,4
Óleos	Óleos vegetais (girassol, coco, canola e soja)	10	55,6
	Óleo de peixe	7	38,9
Fibras	GOS	7	38,9
	FOS	6	33,3
	Inulina	2	11,1
	Polidextrose	3	16,7
	Inositol	2	11,1
Minerais	Ferro	17	94,4
	Zinco	13	72,2
	Cálcio	10	55,6
	Cobre	6	33,3

	Magnésio	6	33,3
	Selênio	6	33,3
	Manganês	5	27,8
Vitaminas	Vitamina D (Colecalciferol)	18	100,0
	Vitamina A (Retinol)	18	100,0
	Vitamina C (Ácido ascórbico)	17	94,4
	Vitamina B6 (Piridoxina)	13	72,2
	Vitamina E (Tocoferol)	12	66,7
	Vitamina B12 (Cobalamina)	11	61,1
	Vitamina B5 (Ácido pantotênico)	11	61,1
	Vitamina B1 (Tiamina)	11	61,1
	Vitamina B12 (Cobalamina)	11	61,1
	Vitamina B7 (Biotina)	11	61,1
	Vitamina B3 (Niacina)	9	50,0
	Vitamina K (Filoquinona)	9	50,0
	Vitamina B9 (Ácido fólico)	9	50,0
	Vitamina B8 (Colina)	4	22,2
Emulsificante	Lecitina de soja	14	77,88
Aromatizantes	Aromatizantes	7	38,9
Regulador de acidez	Regulador de acidez (Citrato de potássio, ácido cítrico e hidróxido de potássio)	9	50,0
Outros	Camomila	1	5,6
	Maçã e banana em pó	1	5,6

Tabela 2. Alegações nutricionais dos rótulos dos compostos lácteos comercializados no Brasil, 2020.

Alegação Nutricional	N	%
Fonte de vitaminas e minerais	17	94,4
Rico em minerais	11	61,1
Com óleos vegetais	9	50,0
Com fibras	9	50,0
Fonte de ômega 3	4	22,2
Desenvolvimento físico e cognitivo	3	16,7
Com óleo de peixe	2	11,1
Com maltodextrina	2	11,1
Zero Lactose	2	11,1
Com camomila	1	5,6
Com açúcar	1	5,6

Tabela 3. Distribuição de infrações à NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras) em estabelecimentos comerciais, relativas a compostos lácteos, segundo local de ocorrência e tipo de promoção comercial. Estudo Multi-NBCAL (Estudo multicêntrico de avaliação do cumprimento da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019.

Cidade	N de infrações	Desconto de preço n (%)	Exposição especial n(%)	Outros^a n(%)
Rio de Janeiro	94	16 (17,0)	6 (6,4)	72 (22,0)
São Paulo	93	29 (31,2)	7 (7,5)	57 (17,4)
Florianópolis	44	11 (25,0)	3 (5,8)	30 (9,1)
João Pessoa	87	10 (11,5)	13 (14,9)	64 (19,5)
Brasília	82	26 (31,7)	6 (7,3)	50 (15,2)
Ouro Preto	4	1 (25,0)	0 (0,0)	3 (0,9)
Belém	92	19 (20,7)	21 (22,8)	52 (15,9)
TOTAL	496	112 (22,6)	56 (11,3)	328 (66,1)
p-valor		0,009*	0,008*	0,048*

*Exato de Fisher

^ainclui material, brindes, desconto e exposição associados, desconto associado a outro tipo de promoção comercial, e exposição associada a outro tipo de promoção comercial.

Tabela 4. Modelo de regressão múltipla para ocorrência de infrações de compostos lácteos nos estabelecimentos investigados de acordo com variáveis de seleção de questionário e entrevista conforme NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras). Estudo Multi-NBCAL (Estudo multicêntrico de avaliação do cumprimento da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019.

Variáveis/OR	OR Bruto	IC (85%)	p-valor	OR Múltipla	IC (85%)	p-valor
Cidade						
Rio de Janeiro	1			1		
São Paulo	1,90	(1,32 - 2,75)	<0,001	4,41	(2,66- 7,31)	<0,001
Florianópolis	0,63	(0,42 - 0,96)	<0,001	0,94	(0,56 - 1,57)	0,820
João Pessoa	1,72	(1,19 - 2,49)	<0,001	2,24	(1,33 - 3,78)	0,002
Brasília	1,40	(0,97 - 2,03)	<0,001	1,85	(1,17 - 2,93)	0,008
Ouro Preto	0,07	(0,02 - 0,19)	<0,001	0,33	(0,07 - 1,51)	0,154
Belém	2,09	(1,44 - 3,03)	<0,001	1,90	(1,22 - 2,95)	0,004
Tipo de estabelecimento						
Supermercados	1			1		
Farmácias	3,64	(2,83 - 4,67)	<0,001	3,02	(2,12 - 4,31)	<0,001
Pertence a rede						
Sim	14,34	(9,54 - 21,57)	<0,001	6,10	(3,55 - 1-,48)	<0,001
Função farmacêutico^a						
Sim	1,85	(1,34 - 3,34)	0,45	-		-
Visita VISA						
Não	0,86	(1,68 - 1,10)	0,24	-		-
Conhece NBCAL						
Não	0,47	(1,18- 2,23)	<0,001	1,22	(0,82 - 1,81)	0,315
Recebe representantes						
Sim	3,39	(2,20 - 3,95)	<0,001	2,66	(1,85 - 3,83)	<0,001
Define arrumação (Central/Matriz)						

Sim	5,28	(3,50 - 7,39)	<0,001	3,06	(2,20 - 4,27)	<0,001
Responsável por treinamento de NBCAL (empresa alimentos)						
Sim	7,58	(5,66 - 8,25)	<0,001	11,72	(2,83 - 48,39)	0,001

^aNota de rodapé: variável removida na etapa 2 da regressão logística múltipla

MATERIAL SUPLEMENTAR

Tabela suplementar 1. Número de estabelecimentos investigados por centro de coleta das infrações à NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019.

Centro	Número de estabelecimentos
Belém	200
Brasília	200
Florianópolis	204
João Pessoa	204
Ouro Preto	135
Rio de Janeiro	311
São Paulo	216

Quadro suplementar 1. Marcas dos compostos lácteos investigados, nome dos respectivos fabricantes e sítios eletrônicos dos produtos.

PRODUTO	Indica dos para público infantil	FABRICANTE	WEBSITE
Enfagrow Premium	sim	Mead Johnson	https://enfagrow.com.br/#home
Ninho fases 1+	sim	Nestle	https://www.ninho.com.br/produtos/ninho-fases/composto-lacteo-ninho-fases1
Ninho fases 3+	sim	Nestle	https://www.ninho.com.br/produtos/ninho-fases/composto-lacteo-ninho-fases-3
Neslac Supreme	sim	Nestle	https://www.nestlebabyandme.com.br/nossas-marcas/neslac/supreme
Neslac Comfor	sim	Nestle	https://www.nestlebabyandme.com.br/nossas-marcas/neslac/comfor
Nestonutri	sim	Nestle	https://www.nestle.com.br/marcas/nestonutri/nestonutri-composto-lacteo
Ninho forti + zero lactose	sim	Nestle	https://www.ninho.com.br/produtos/ninho-zero-lactose
Molico zero lactose	não	Nestle	https://www.nestle.com.br/marcas/molico/molico-zero-lactose-em-po
Ninho hora de dormir	sim	Nestle	https://www.ninho.com.br/produtos/ninho-hora-da-escola-e-ninho-hora-de-dormir/ninho-camomila
Ninho hora da	sim	Nestle	https://www.ninho.com.br/produtos/ninho-hora-da-escola-e-ninho-hora-de-dormir/ninho-omega-3

escola			
Molico fibras	não	Nestle	https://www.nestle.com.br/marcas/molico/molico-em-po
Milnutri Premium	sim	Danone	https://www.milnutri.com.br/produtos/pre-escolar/milnutri-premium
Milnutri Vitamina de Frutas	sim	Danone	https://www.milnutri.com.br/produtos/pre-escolar/milnutri-vitamina-de-frutas
Milnutri Profutura	sim	Danone	https://www.milnutri.com.br/produtos/pre-escolar/milnutri-profutura
Meu bom	não	Leitbom	https://leitbom.com.br/content/produtos/categorias.php?prod=meubom
Blendy	não	Leitesol	https://www.leitesol.com.br/produtos/exibir/5
Ótimo	não	Piracanjuba	https://piracanjuba.com.br/produto/composto_lacteo_com_maltodextrina_1_kg
Do Bon	não	Do Bon	http://dobon.com.br/produtos/composto-lacteo-dobon-120g-4/

Tabela suplementar 2. Regressão logística binária para ocorrência de infrações de compostos lácteos nos estabelecimentos investigados de acordo com variáveis de seleção de questionário e entrevista conforme NBCAL (Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras). Estudo Multi-NBCAL (Estudo multicêntrico de avaliação do cumprimento da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras), 2019.

Variáveis n(%)	OR BRUTO	IC (95%)	p-valor
Razão de prevalências			
Cidade			
Rio de Janeiro (referência)	1		
São Paulo	1,90	(1,32 - 2,75)	<0,001
Florianópolis	0,63	(0,42 - 0,96)	<0,001
João Pessoa	1,72	(1,19 - 2,49)	<0,001
Brasília	1,40	(0,97 - 2,03)	<0,001
Ouro Preto	0,07	(0,02 - 0,19)	<0,001
Belém	2,09	(1,44 - 3,03)	<0,001
Tipo de estabelecimento			
Supermercados	1		
Farmácias	3,640	(2,83 - 4,67)	<0,001
Pertence a rede			
Sim	14,347	(9,54 - 21,57)	<0,001
Função do entrevistado			
Gerente (referência)	1		
Farmacêutico	0,882	(0,62 - 1,25)	0,481
Ambos	1,893	(1,30 - 2,75)	0,001
Não participou	2,118	(1,34 - 3,34)	0,001
Visita VISA			
Não	0,987	(1,68 - 1,10)	0,919
Autuado na NBCAL			
Não	1,415	(0,62 - 3,21)	0,406
Multado na NBCAL			

Não	5,939	(0,61- 57,24)	0,123
Conhece NBCAL			
Não	1,628	(1,18- 2,23)	0,003
Recebe representantes			
Sim	3,392	(2,20 - 3,95)	<0,001
Define arrumação (Farmacêutico)			
Sim	1,990	(1,21 - 3,26)	0,006
Define arrumação(Gerente)			
Sim	4,437	(3,28 - 5,99)	<0,001
Define arrumação (Central/Matriz)			
Sim	5,287	(3,50 - 7,39)	<0,001
Define arrumação (Fabricante ou fornecedor)			
Sim	0,448	(0,31 - 0,63)	<0,001
Define arrumação(Outros)			
Sim	2,882	(1,94 - 4,28)	<0,001
Responsável capacitação Aleitamento materno e Introdução Alimentar (Estabelecimento)			
Não	0,477	(0,32 - 0,69)	<0,001
Responsável capacitação Aleitamento materno e Introdução Alimentar (Indústria)			
Não	0,205	(0,15 - 0,27)	<0,001
Responsável capacitação Aleitamento materno e Introdução Alimentar (Área saúde)			
Não	1,740	(0,948 – 3,192)	0,074
Responsável capacitação Aleitamento materno e Introdução			

Alimentar (Ensino)			
Não	1,913	(0,943 – 3,880)	0,072
Responsável capacitação Aleitamento materno e Introdução Alimentar (Outro)			
Não	1,609	(0,683 – 3,793)	0,277
Responsável treinamento NBCAL (Estabelecimento)			
Não	0,768	(0,426 – 1,384)	0,380
Responsável treinamento NBCAL (Indústria)			
Sim	7,586	(0,444 – 0,399)	<0,001
Responsável treinamento NBCAL(Ensino)			
Não	0,677	(0,375 – 1,188)	0,169
Responsável treinamento NBCAL (Outro)			
Não	1,528	(0,412 – 5,669)	0,526

6. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que os compostos lácteos tem sido responsáveis pela maior parte das infrações à NBCAL no Brasil, e tem dominado o mercado nacional através do direcionamento de sua publicidade agressiva para as páginas eletrônicas e estabelecimentos de fácil acesso ao público.

Como o composto lácteo é caracterizado como alimento ultraprocessado, é preocupante que sua comercialização seja amplamente disseminada, pois o consumo de tais produtos gera maior risco de sobrepeso e obesidade infantil e de desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis na fase adulta.

É necessário observar que, apesar de não estar nominalmente incluído na legislação, e essa lacuna ser utilizada para indústria justificar a comercialização do produto fora da regulamentação, esse é um produto destinado a crianças de primeira infância, que estão incluídas no escopo da Lei 11.265/2006.

Além disso, o produto tem apresentado design e rotulagem nutricional visualmente semelhante aos de leites e fórmulas infantis, o que gera confusão aos cuidadores e o consumo inseguro para a população infantil, que ingere um alimento não recomendado para a faixa etária.

Dessa maneira, é necessário incluir o composto lácteo na regulamentação da Lei 11265/06, e garantir a fiscalização efetiva da comercialização desses produtos nos estabelecimentos físicos e ambientes digitais, além de controlar a publicidade desses produtos inclusive em redes sociais, televisão e web sites, para garantir a saúde e proteção da primeira infância e fases posteriores.

Por fim, conclui-se que a presente dissertação ao caracterizar o composto lácteo e apresentar as estratégias de publicidade da indústria contribui na construção de material teórico que pode ser utilizado em futuros monitoramentos e pode auxiliar a subsidiar a discussão social e política desse produto e reforçar a necessidade de cumprimento da legislação.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Victora CG, et al; Lancet Breastfeeding Series Group. Breastfeeding in the 21st century: epidemiology, mechanisms, and lifelong effect. *Lancet*. 2016; 387(10017):475-90.
2. Venancio SI, Monteiro CA, 1998. A tendência da prática da amamentação no Brasil nas décadas de 70 e 80. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 1:40-49.
3. Araújo MF, et al. Avanços na norma brasileira de comercialização de alimentos para idade infantil. *Revista de Saúde Pública*, [S.l.], v. 40, n. 3, p. 513-520, 2006.
4. Rea MF, Toma TS. Proteção do leite materno e ética. *Rev Saúde Pública* 2000; 34 (4).
5. Pérez-Escamilla, R. Breastfeeding in Brazil: major progress, but still a long way to go. *J Pediatr* (Rio J). 2017;93:107-10.
6. WHO/UNICEF. International code of marketing breast-milk substitutes. *WHO Chron* 1981; 35:112-17.
7. Ministério da Saúde. Conselho Nacional da Saúde. Resolução nº 5, de 20 de dezembro de 1988. Normas para comercialização de alimentos para lactentes. *Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF*, 23 dez. 1988.
8. Brasil. Lei nº 11.265. Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos. *Diário Oficial da União*. 4 de janeiro de 2006.
9. Brasil. Decreto 9579. Consolida atos normativos editados pelo Poder Executivo federal que dispõem sobre a temática do lactente, da criança e do adolescente e do aprendiz, e sobre o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, o Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente e os programas federais da criança e do adolescente, e dá outras providências. *Diário Oficial da União*. 22 de novembro de 2018.

10. Brasil. Ministério da Saúde. Centro Brasileiro de Análise e Planejamento. Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde da Criança e da Mulher [PNDS 2006]: relatório final. Brasília, DF: Decit: Cebrap, 2008.
11. Joca MT, Barros SKS, Oliveira RL, Monteiro MAA, Pinheiro AKB. Fatores que contribuem para o desmame precoce. Escola Anna Nery Revista de Enfermagem. 2005; 9(3):356-364.
12. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional de Saúde 2013. [Internet]. Rio de Janeiro: IBGE; 2013. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pns/2013/>
13. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil - ENANI-2019: Resultados preliminares – Indicadores de aleitamento materno no Brasil. UFRJ: Rio de Janeiro, 2020. 9 p.
14. Leão DOD, Gubert MB. Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos. Demetra. 2019;14: supl 1, e43609, 1-8.
15. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor [Internet] Mai. 2020 [Acesso em 10 maio 2021]; Em defesa da amamentação e da alimentação complementar saudável - Monitoramento: NBCAL 2020. Disponível em: <https://idec.org.br/defesa-da-amamentacao/monitoramento>.
16. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Brasil). Instrução Normativa nº 28. Aprovar o regulamento técnico para fixação de identidade e qualidade de composto lácteo. Diário Oficial da União. 12 de junho de 2007.
17. Monteiro CA, Cannon G, Levy RB, Moubarac JC, Louzada ML, Rauber F, Khandpur N, Cediel G, Neri D, Martinez-Steele E, Baraldi LG, Jaime PC. Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. Public Health Nutr. 2019 Apr;22(5):936-941.
18. World Health Organization (WHO). The International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes: Frequently Asked Questions (2020 Update), Geneva, Switzerland; 2020.
19. Aguilar Cordero MJ, Sánchez López AM, Madrid Baños N, Mur Villar N, Expósito Ruiz M, Hermoso Rodríguez E. Lactancia materna como

- prevención del sobrepeso y la obesidad en el niño y el adolescente; revisión sistemática [Breastfeeding for the prevention of overweight and obesity in children and teenagers; systematic review]. *Nutr Hosp.* 2014 Nov 30;31(2):606-20.
20. Chowdhury R, Sinha B, Sankar MJ, et al. Breastfeeding and maternal health outcomes: a systematic review and meta-analysis. *Acta Paediatr Suppl* 2015; 104: 96-113.
 21. Boccolini CS, Boccolini PMM, Monteiro FR, Venancio SI, Giugliani ERJ. Tendência de indicadores do aleitamento materno no Brasil em três décadas. *Rev Saúde Pública* 2017; 51:108.
 22. Wright A, Schanler R. The resurgence of breastfeeding at the end of the second millennium. *J Nutr.* 2001 Feb;131(2):421S-5S.
 23. Lubold AM. Historical-qualitative analysis of breastfeeding trends in three OECD countries. *Int Breastfeed J.* 2019 Aug 6;14:36.
 24. Castilho SD, Barros Filho AA. Alimentos utilizados ao longo da história para nutrir lactentes. *J. Pediatr. (Rio J.)* [online]. 2010, vol.86, n.3, pp.179-188.
 25. Muller M. *The Baby Killer Scandal – A War on Want investigation into the promotion and sale of powdered baby milks in the Third World.* Londres: War on Want, 1974.
 26. Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef). *Reunião conjunta sobre alimentação de lactentes e crianças na primeira infância.* Genebra, 1979.
 27. Marques ES, Cotta RMM, Priore SE. Mitos e crenças sobre o aleitamento materno. *Ciênc Saúde Coletiva*, 2011; 16(5): 2461-8.
 28. World Health Organization. (1994). World Health Assembly (WHA) Resolution 47.5.
 29. World Health Organization. (2005). World Health Assembly (WHA) Resolution WHA 58.32.
 30. World Health Organization. (2010). World Health Assembly (WHA) Resolution 63.23.
 31. World Health Organization. (2018). World Health Assembly (WHA) Resolution 69.9 Ending inappropriate promotion of foods for infants and

young children.

32. World Health Organization. (2018). World Health Assembly (WHA) Resolution WHA 71/A71.
33. Monteiro, R. Norma brasileira de comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância: histórico, limitações e perspectivas. *Rev Panam Salud Publica/Pan Am J Public Health* 19(5), 2006.
34. Brasil, Conselho Nacional de Saúde. Norma brasileira para comercialização de alimentos para lactentes. Brasília: Ministério da Saúde; 1993.
35. Brasil, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. RDC 222, Regulamento técnico para a promoção comercial dos alimentos para lactentes e crianças de primeira infância. *Diário Oficial da União* 2002. 6 de agosto.
36. Wright CM, Waterston AJ. Relationships between paediatricians and infant formula milk companies. *Arch Dis Child* 2006;91:383-5.
37. Brasil. Ministério da Saúde. Relatório de Cobertura da Atenção Básica, 2019.
38. Ministério da Saúde. Atlas da Obesidade Infantil no Brasil, 2019.
39. Jaime PC et al. Influência familiar no consumo de bebidas açucaradas em crianças menores de dois anos. *Rev Saude Publica*. 2017;51Supl 1:13s.
40. Lopes WC et al. Consumo de alimentos ultraprocessados por crianças menores de 24 meses de idade e fatores associados. *Rev Paul Pediatr*. 2020;38:e2018277.
41. Louzada MLC, et al. Impacto de alimentos ultraprocessados sobre o teor de micronutrientes da dieta no Brasil. *Rev Saúde Pública* 2015; 49:45.
42. Brasil. Ministério da Saúde (MS). Guia Alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos. Brasília: MS; 2019.
43. Khandpur N, Neri DA, Monteiro C, Mazur A, Frelut ML, Boyland E, Weghuber D, Thivel D. Ultra-Processed Food Consumption among the Paediatric Population: An Overview and Call to Action from the

- European Childhood Obesity Group. *Ann Nutr Metab.* 2020;76(2):109-113.
44. Costa CS, Rauber F, Leffa PS, Sangalli CN, Campagnolo PDB, Vitolo MR. Ultra-processed food consumption and its effects on anthropometric and glucose profile: A longitudinal study during childhood. *Nutr Metab Cardiovasc Dis.* 2019 Feb;29(2):177-184.
 45. Sangalli CN, Rauber F, Vitolo MR. Low prevalence of inadequate micronutrient intake in young children in the south of Brazil: a new perspective. *Br J Nutr* 2016; 116(5):890-896.
 46. Chen, X., Zhang, Z., Yang, H. et al. Consumption of ultra-processed foods and health outcomes: a systematic review of epidemiological studies. *Nutr J* 19, 86 (2020).
 47. Monteiro CA, Levy RB, Claro RM, Castro IR, Cannon G. A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing. *Cad Saude Publica.* 2010 Nov;26(11):2039-49.
 48. Monteiro CA, Cannon G, Levy RB, Moubarac J-C, Jaime PC, Martins ANB, Canella D, Louzada M, Parra D. NOVA. A estrela brilha. *World Nutrition* 2016; 7(1-3):28-40.
 49. Brasil. Ministério da Saúde (MS). Guia Alimentar para a População Brasileira. Brasília: MS; 2014.
 50. Sparrenberger K, Friedrich RR, Schiffner MD, Schuch I, Wagner MB. Ultra-processed food consumption in children from a Basic Health Unit. *J Pediatr (Rio J.)*. 2015;91:535-42.

8. ANEXOS

8.1 QUESTIONÁRIO DA MULTINBCAL

Form: MNBCAL_comercio_FINAL

231 Questions

=====

1.### Bloco 1 - identificação do entrevistador e do estabelecimento ###

Marque aqui o código do(a) entrevistador(a)

2.Nome da cidade

Choose one response

- Rio de Janeiro

- Sao Paulo

- Florianopolis

- Joao Pessoa

- Brasilia

- Ouro Preto

- Belem

3.Nome fantasia do estabelecimento comercial (conforme a placa na entrada do estabelecimento)

4.Endereço do estabelecimento comercial (com número)

5.Bairro

6. Esse estabelecimento faz parte de uma rede?

Choose one response

- nao
- sim

7. Tamanho do estabelecimento comercial

Choose one response

- pequeno
- medio
- grande
- hiper

8. Agora, caminhe calmamente pelo estabelecimento, marcando os tipos de produtos comercializados aqui. Pode marcar mais de uma opção.

Choose all that apply

- Formulas Infantis para lactentes 1o semestre
- Formulas Infantis de Seguimento para lactentes 2º semestre
- Formulas de Seguimento para Primeira Infancia
- Formulas para Necessidades Dietoterapicas Especificas
- Leites Fluidos
- Leite em Po
- Leites Modificados (composto lacteo)
- Leites de Origem Vegetal
- Alimentos de transicao
- Mamadeiras
- Bicos
- Chupetas

- Protetores de mamilo
- Outros

9.### Bloco 2 - infrações ###

A partir de agora, identifique os produtos com infração na ordem em que eles aparecerem. Comece pela entrada do estabelecimento e siga pela direita, cobrindo todos os setores.

Comece registrando o tipo de produto em desacordo, caso exista alguma infração.

Choose one response

- Formula Infantil
- Formula para necessidades dietoterapicas
- Bicos_chupetas_mamadeiras_protetores de mamilo
- Leites
- Composto lacteo
- Alimento de transicao
- Nenhum produto em desacordo If this response, jump to 189

10. Nome da empresa do produto em desacordo (sem acentos)

11. Nome do produto (sem acentos_com a ordem: nome => apresentacao)

12. Tipo de promocao comercial (pode marcar mais de uma)

Choose all that apply

- Promocao no preco (descontos, ofertas ou cupom de desconto)
- Exposicao especial (display atrativo, ponta de gôndola, frente de loja, cartaz, banner)

- Material Informativo (folder, outros)
- Brindes ou amostras
- Outros

13. Tire uma foto da infração

14. Esse produto em promoção possui frase de advertência nas prateleiras?

Para leites fluidos ou em pó, a frase correta é:

“O Ministério da Saúde informa: o aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 2 (dois) anos de idade ou mais”

Para alimentos de transição, a frase correta é:

“O Ministério da Saúde informa: após os 6 (seis) meses de idade, continue amamentando seu filho e ofereça novos alimentos”

Choose all that apply

- Não se aplica
- Não tem frase
- A frase está correta
- A frase está próxima da promoção comercial
- A frase está legível
- A frase está com moldura
- A frase está veiculada com logomarca de empresa de alimentos
- A frase está na horizontal
- Tem frase com todos os quesitos inadequados

190. ### Bloco 3 - entrevista com o responsável pelo estabelecimento comercial ###**### As próximas 3 perguntas são de observação direta ###****Qual o sexo do entrevistado?**

Choose one response

- Feminino
- Masculino
- Outros

191. Qual é a faixa etária do entrevistado?

Choose one response

- ate 30 anos
- 31 a 50 anos
- 51 anos ou mais

192. Qual é a cor de pele/raça do entrevistado?

Choose one response

- Preta
- Parda
- Branca
- Amarela ou indigena
- Prefere nao identificar

193. Essa é uma pesquisa científica sobre comercialização de alimentos infantis e bicos, com finalidade educativa, e não punitiva. Foi aprovada no Comitê de Ética (mostrar o parecer e o TCLE). O seu nome e o nome do estabelecimento não serão divulgados em hipótese alguma. O Senhor(a) aceita participar da pesquisa?

Choose one response

- nao If this response, jump to 231
- sim

194. Qual o seu nome? (só o primeiro nome-sem acentos)

195. Qual é a sua função nesse estabelecimento comercial?

Choose one response

- Gerente
- Farmaceutico
- Ambos

196. Qual a sua escolaridade?

Choose one response

- ate o ensino fundamental completo If this response, jump to 198
- ate o ensino medio completo If this response, jump to 198
- ate o ensino superior completo
- pos graduacao completa

197. Em que curso você é formado no ensino superior?

198. Há quanto tempo trabalha neste estabelecimento?

Choose one response

- Menos de 1 ano
- Entre 1 e 5 anos
- 6 anos ou mais

199. Há quanto tempo trabalha nessa rede?

Choose one response

- Nao e rede

- Menos de 1 ano
- Entre 1 e 5 anos
- 6 anos ou mais

200. Esse estabelecimento já recebeu visita de fiscalização da vigilância sanitária direcionada à comercialização de alimentos infantis, mamadeiras, bicos e chupetas?

Choose one response

- nao If this response, jump to 202
- sim
- nao sabe If this response, jump to 202

201. Por ocasião da visita da Vigilância Sanitária, esse estabelecimento foi:

Choose all that apply

- Autuado na NBCAL
- Multado na NBCAL
- Nao foram encontradas irregularidades
- Nao sabe

202.O senhor (a) conhece a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância-NBCAL (Lei 11.265/06 e/ou o Decreto 8.552/15)?

Choose one response

- nao If this response, jump to 205
- mais ou menos
- sim

203.O Senhor(a) poderia citar alguns produtos abrangidos pela NBCAL?

Choose one response

- não If this response, jump to 205
- sim

204.Anote aqui os produtos que o entrevistado citar. (sem acentos)**205.O Senhor (a) costuma receber visita de representantes comerciais e/ou promotores de venda de empresas de alimentos infantis, leites, bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilo?**

Choose one response

- não If this response, jump to 214
- sim

206. Qual empresa visita este estabelecimento? (anotar o nome da empresa #1)**207. Com que frequência o/a (nome da empresa #1) visita este estabelecimento?**

Choose one response

- Pelo menos uma vez por semana
- Entre duas a tres vezes por mes
- Uma vez por mês
- Pelo menos uma vez por bimestre
- Esporadicamente
- Nenhuma outra empresa If this response, jump to 214

208. Qual outra empresa visita este estabelecimento? (anotar o nome da empresa #2) (anotar "nenhuma" se não houver nenhuma outra empresa e marcar "nenhuma outra" na próxima questão)

209. Com que frequência o/a (nome da empresa #2) visita este estabelecimento? (se não houver nenhuma outra empresa e marcar "nenhuma outra")

Choose one response

- Pelo menos uma vez por semana
- Entre duas a tres vezes por mes
- Uma vez por mês
- Pelo menos uma vez por bimestre
- Esporadicamente
- Nenhuma outra empresa visita If this response, jump to 214

210. Qual outra empresa visita este estabelecimento? (anotar o nome da empresa #3) (anotar "nenhuma" se não houver nenhuma outra empresa e marcar "nenhuma outra" na próxima questão)

211. Com que frequência o/a (nome da empresa #3) visita este estabelecimento? (se não houver nenhuma outra empresa e marcar "nenhuma outra")

Choose one response

- Pelo menos uma vez por semana
- Entre duas a tres vezes por mes
- Uma vez por mês
- Pelo menos uma vez por bimestre
- Esporadicamente

- Nenhuma outra empresa visita If this response, jump to 214

212. Qual outra empresa visita este estabelecimento? (anotar o nome da empresa #4) (anotar "nenhuma" se não houver nenhuma outra empresa e marcar "nenhuma outra" na próxima questão)

213. Com que frequência o/a (nome da empresa #4) visita este estabelecimento? (se não houver nenhuma outra empresa e marcar "nenhuma outra")

Choose one response

- Pelo menos uma vez por semana
- Entre duas a tres vezes por mes
- Uma vez por mês
- Pelo menos uma vez por bimestre
- Esporadicamente
- Nenhuma outra empresa visita

214.O senhor(a) já recebeu algum treinamento em aleitamento materno e/ou alimentação infantil?

Choose one response

- nao If this response, jump to 217
- sim

215. Quem foi o responsável por esse treinamento? Pode marcar mais de uma opção.

Choose all that apply

- O estabelecimento em que trabalha/trabalhou

- Representante de alguma empresa de alimentos ou produtos infantis
- Funcionario ou instituicao da area da saude, sem fins lucrativos
- Instituicao de ensino
- Outro

216. Anote aqui o responsável pelo treinamento quando na questão anterior a resposta for "outro"

217.O(a) senhor(a) já recebeu algum treinamento ou aula sobre a NBCAL?

Choose one response

- nao If this response, jump to 220
- sim

218. Quem foi o responsável por esse treinamento? Pode marcar mais de uma opção.

Choose all that apply

- O estabelecimento em que trabalha/trabalhou
- Representante de alguma empresa de alimentos ou produtos infantis
- Funcionario ou instituicao da area da saude, sem fins lucrativos
- Instituicao de ensino
- Outro

219. Anote aqui o responsável pelo treinamento em NBCAL quando na questão anterior a resposta for "outro"

220. O senhor(a) ou seus funcionários orientam as mães sobre alimentação infantil?

Choose one response

- nao If this response, jump to 223
- sim

221. De quem o(a) sr(a). recebe essas informações para orientar as mães? Pode marcar mais de uma opção.

Choose all that apply

- Estabelecimento em que trabalha/trabalhou
- Representante de alguma empresa de alimentos ou produtos infantis
- Funcionario ou instituicao da area da saude ou educação, sem fins lucrativos
- Conhecimento proprio
- Outro

222. Anote aqui o responsável pelas informações para a orientação das mães quando na questão anterior a resposta for "outro"**223. Quem define a arrumação dos alimentos infantis, leites, mamadeiras, bicos e chupetas nas gôndolas, prateleiras, vitrines deste estabelecimento? Pode marcar mais de uma opção.**

Choose all that apply

- Farmaceutico
- Gerente
- Central(matriz do estabelecimento)
- Fabricante ou fornecedor
- Outros

224. Anote aqui o responsável pela definição de arrumação das gôndolas, prateleiras, vitrines quando na questão anterior a resposta for "outro"

225. Quem define o preço dos alimentos infantis, leites, mamadeiras, bicos e chupetas em relação a descontos, promoções? Pode marcar mais de uma opção.

Choose all that apply

- Farmaceutico
- Gerente
- Central (matriz do estabelecimento)
- Fabricante ou fornecedor
- Outros

226. Anote aqui o responsável pela definição de preços quando na questão anterior a resposta for "outro"

227. O senhor (a) já recebeu da indústria, de fabricantes ou fornecedores de alimentos infantis, leites, mamadeiras, bicos e chupetas presentes, brindes, prêmios (canetas, calendários, agenda, etc) ou amostras de produtos?

Choose one response

- nao
- sim

228. Nome comercial do estabelecimento (como está na nota fiscal)

229. CNPJ do estabelecimento comercial

230. Foto da nota fiscal

231. Muito obrigado(a) pela entrevista!

8.2 TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO