

Declaro não receber qualquer benefício material ou pessoal de pessoa física ou jurídica produtoras ou comercializadoras de produtos para mães que amamentam, bebês e crianças de 0 a 3 anos, leites, mamadeiras, bicos e chupetas; da indústria farmacêutica, de armamento, de bebidas alcoólicas, de tabaco, pesticidas químicos, que contratem mão de obra infantil, que utilizem trabalho escravo, que discriminem mulheres, minorias ou que violem os direitos humanos.

# NBCAL e amamentação: o que os profissionais precisam saber sobre comercialização de produtos para lactentes

***Fabiana Cainé Alves da Graça***

*Mãe da Marina, Farmacêutica, IBCLC,  
Membro IBFAN Brasil,  
Atenção Básica, Prefeitura de Diadema*

[www.amamentartudodebom.com.br](http://www.amamentartudodebom.com.br)





# BREASTFEEDING | THE GOAL

By 2025, increase to at least 50% the rate of exclusive breastfeeding in the first six months

## WHY IT MATTERS

### BENEFITS OF BREASTFEEDING

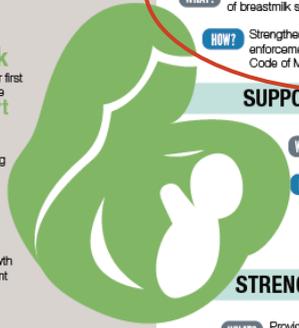
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

Babies who are fed **nothing but breastmilk** from birth through their first 6 months of life get the **best start**

Exclusive breastfeeding provides babies **the perfect nutrition** & everything they need for healthy growth and brain development

**Protection** from respiratory infections, diarrhoeal disease, and other **life-threatening ailments**

Protection against **obesity & non-communicable diseases** such as asthma and diabetes



## RECOMMENDED ACTIONS

### LIMIT FORMULA MARKETING

**WHAT?** Significantly limit the marketing of breastmilk substitutes



**HOW?** Strengthen the monitoring, enforcement and legislation related to the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes

### SUPPORT PAID LEAVE

**WHAT?** Empower women to exclusively breastfeed



**HOW?** Enact six-months mandatory paid maternity leave and policies that encourage women to breastfeed in the workplace and in public

### STRENGTHEN HEALTH SYSTEMS

**WHAT?** Provide hospital and health facilities-based capacity to support exclusive breastfeeding



**HOW?** Expand and institutionalize the baby-friendly hospital initiative in health systems

### SUPPORT MOTHERS

**WHAT?** Provide community-based strategies to support exclusive breastfeeding counselling for pregnant and lactating women



**HOW?** Peer-to-peer and group counselling to improve exclusive breastfeeding rates, including the implementation of communication campaigns tailored to the local context

## SCOPE OF THE PROBLEM

Globally, only **38%** of infants are exclusively breastfed



Suboptimal breastfeeding contributes to **800,000** infant deaths



No Brasil, a propaganda de substitutos do leite materno (fórmulas) é proibida pela NBCAL e Lei 11265/06.

Leites em geral podem ser divulgados ao público mediante normas de comercialização.

Mas... existem outras formas de alcançar o público...



Substitutos do leite materno e outras formas de  
alimentar as crianças sempre existiram...



E o marketing sempre existiu, afinal de contas... é preciso vender!



**AMA**  
**DE LEITE.**

**V**ENDE-SE uma preta, muito moça com cria; sabendo lavar perfeitamente, e bem desembaraçada para o serviço domestico: é muito sadia, e o motivo da venda, é não querer servir mais a seus antigos senhores. Para tratar—no largo do carmo, numero 75—sobrado.

Nogueira, Cristine; Coelho, Luiz Antônio Luzio; Santos, Myrian Sepúlveda dos. O desdesign da mamadeira: por uma avaliação periódica da produção industrial. Rio de Janeiro, 2010. 232 p. Tese de Doutorado Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

*Bring Around  
A Nestlé*

**NESTLÉ'S FOOD**  
A PERFECT NUTRIMENT  
FOR INFANTS AND INVALIDS

**NESTLÉ'S FOOD FOR HAPPY BABIES**  
Nestlé babies have rosy cheeks, bright eyes, and the brain, brawn, and sinew to develop the helpful men and women of the future.

HENRI NESTLÉ, CHAMBERLAIN, NEUCHÂTEL, SWITZERLAND



INSISTA NA  
**MARCA  
MOÇA**

PARA TER O MELHOR  
LEITE CONDENSADO



A pureza do Leite "MOÇA" e o seu elevado teor vitamínico, fazem com que ele seja um produto muito indicado para a alimentação infantil na falta do leite materno.

INTOLÉRANCE AU LAIT ....  
**VEGELACT-SOJA**  
LAIT SEC VEGETAL AU SOJA

**VEGELACT "B"**  
ALIMENT COMPLET  
MAGNIFIQUE  
VITAMINÉ "B"

**REGIME LACTÉ RESTREINT**  
DYSPEPSIES DU NOURRISSON  
ECZÉMA-TÉTANIE-COLITES  
CHEZ LES VOMISSEURS

**LEITE MOÇA**

**OPTIMO!**

Década de

O ano de 1921 demarcou o início das atividades da Indústria de alimentos em território nacional. A seguir, vieram as campanhas promocionais, a difusão de informações científicas e a monopolização do saber médico. A indústria envolveu-se em todas as esferas relacionadas com o desempenho profissional dos trabalhadores da saúde<sup>21</sup>. Essa estratégia de marketing foi se intensificando a partir dos anos

## E as informações começaram a chegar aos prescritores...



de 1940, tal a reciprocidade de interesses entre a indústria e a classe médica: enquanto a primeira expandia seus lucros, a segunda realizava a aquisição e manutenção de sua autoridade perante seus pacientes, vencendo a influência de leigos e parteiras.

Confiança. Nos encontros que se verificam num consultório médico, entre Mãe e Pediatra há um sentimento mais profundo e mais natural do que a simples necessidade de controlar o desenvolvimento do bebê.

Entre ambos já se concretizou, antes da consulta, aquele elo indissolúvel e indispensável à nobre missão de medicar as criancinhas.

É a confiança. Da mãe que sente no médico, ao consultá-lo, a decisiva segurança na vida de seu filho. Do pediatra que ao prescrever esta ou aquela medicação, este ou aquele alimento, sabe que será fielmente cumprido o que por ele for prescrito. No mundo inteiro, este fenômeno se repete, diariamente, milhares de vezes, e é bem alta e significativa a percentagem das mães que beneficiaram os seus filhos com a confiança que o pediatra depositou nos produtos.<sup>22</sup>

"É fato reconhecido que a comercialização indevida de substitutos do leite materno pode levar ao uso de práticas inadequadas de alimentação infantil que resultam em desnutrição, doenças e morte."

([http://www.ibfan.org.br/documentos/ibfan/manual\\_para\\_explicar.pdf](http://www.ibfan.org.br/documentos/ibfan/manual_para_explicar.pdf))



# Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno, 1981

A OMS, o UNICEF e todos os Estados-Membros (à exceção dos EUA) afirmaram que as **pressões comerciais** desencorajam e criam obstáculos à amamentação, e que é o **momento de restringir - e mesmo eliminar** - muitas das práticas de venda e propaganda usadas na comercialização de alimentos infantis, mamadeiras e bicos.

Elaborado após longa campanha realizada por grupos de pressão populares, **ele foi adotado** pela maioria esmagadora presente à **Assembléia Mundial de Saúde, em maio de 1981**.

O Código aplica-se a **leites artificiais para bebês, outros produtos usados na alimentação infantil (especialmente quando são anunciados para uso em mamadeira), bicos e mamadeiras**.

1. Proibição da **publicidade** desses produtos
2. Proibição de **amostras para as mães**
3. Proibição da **promoção** desses produtos nos **serviços de saúde**
4. Proibição das **visitas de representantes** dos fabricantes para orientar as mães
5. Proibição de **presentes ou amostras** ao pessoal da área de saúde

6. Proibição de textos ou ilustrações que **insinuem como ideal a alimentação artificial**, inclusive gravuras de bebês nos rótulos dos produtos
7. A informação dada aos profissionais de saúde deve ser de **natureza científica e objetiva**
8. Toda informação sobre alimentação artificial para lactentes, inclusive **rótulos**, deve explicar os **benefícios da amamentação**, bem como os **custos e riscos** da alimentação artificial
9. **Produtos inadequados**, tais como o leite condensado, **não devem** ser anunciados para bebês
10. Todos os produtos devem ser de **alta qualidade** e levar em conta as condições climáticas e de armazenagem do país onde são usados.

# Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL)

Corresponde a um **conjunto de regulamentações** sobre a **promoção comercial** e a **rotulagem** de alimentos concorrentes e ou complicantes do aleitamento materno.

Foi **baseada no Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno**, proposto pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 1981.

A primeira versão da Norma foi lançada em **1988**, ainda como NCAL, e houve revisões subsequentes em **1992** (agora NBCAL) e **2001/2002** que resultou na publicação da Portaria 2.051/2001 e das Resoluções RDC 222 e 221, em 2002.

## Portaria n.º 2.051, de 8 de novembro de 2001

Estabelece novos critérios da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras.

## Resolução - RDC Nº 221, de 5 de agosto de 2002

Aprova o regulamento técnico sobre chupetas, bicos, mamadeiras e protetores de mamilo.

## Resolução - RDC Nº 221, de 5 de agosto de 2002

Aprova o Regulamento Técnico para Promoção Comercial de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância.

# Um avanço! mas agora queremos... **REGULAMANTAÇÃO JÁ!!!!**

Os esforços se somaram e em **04 de janeiro de 2006 foi publicada a Lei 11.265** que regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos (bicos, chupetas e mamadeiras).

Porém, desde a sua aprovação, ainda não foi publicada a sua **regulamentação**, que deve ser feita mediante Decreto, ou seja, fazer a lei ser cumprida pelos órgãos competentes e punir quando houver um ato de infração.

**Mas... o que o profissional precisa saber?**

Conheça o Código Internacional!

Conheça a NBCAL e sua história!

Entenda o que é “ferir o espírito” da NBCAL!

Seja crítico em relação ao que lê, que ouve e fala sobre os produtos para lactentes e crianças!

Isso não é radicalismo. Isso é ser coerente com sua luta!

Proteja o aleitamento materno!

# Alvo das indústrias: O profissional da saúde

São principalmente eles os alvos das práticas de promoção dos fabricantes, que vêem nos serviços de saúde o meio perfeito para estimular o uso de seus produtos.

Ao dirigirem-se aos profissionais de saúde, os fabricantes têm acesso imediato e constante a um grupo alvo especializado, que tem autoridade e influência direta sobre as mães.

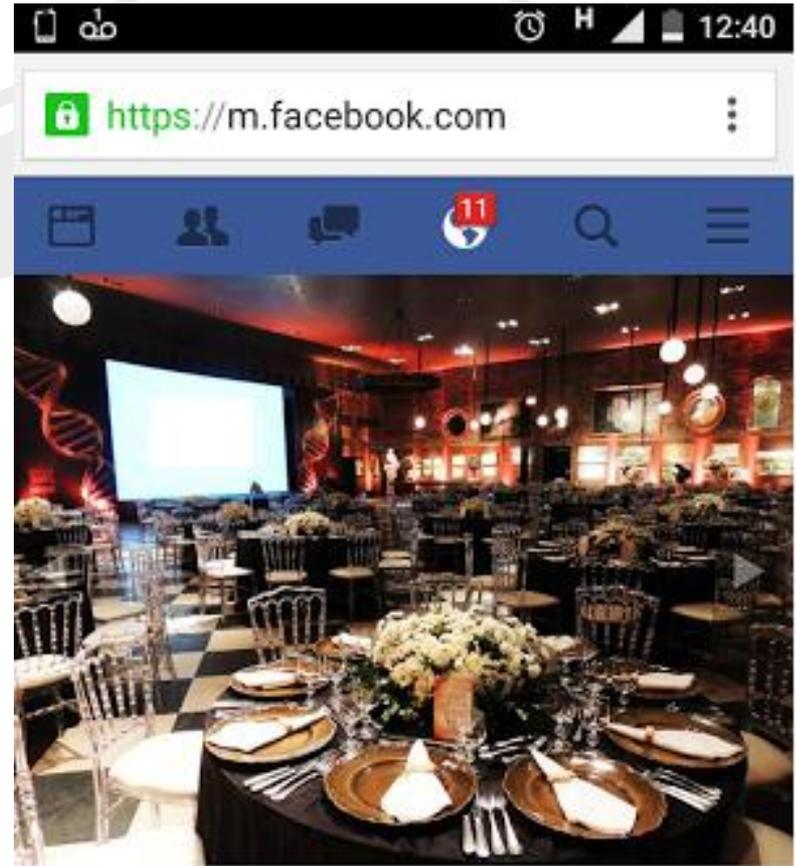
A diferença entre "informação" e "promoção" é, às vezes, tão sutil que se torna difícil distinguir entre ambas.

Desse modo, os fabricantes conseguem introduzir truques promocionais com sucesso.

O profissional da saúde é um formador de opinião e sua responsabilidade é imensa no apoio, promoção e proteção do aleitamento materno.

**Receber, usar um brinde, uma entrada num congresso ou qualquer outro benefício tem seu preço...**

**E quem paga por isso?**



CÓDIGO INTERNACIONAL DE  
MARKETING DE SUBSTITUTOS  
DO LEITE MATERNO



**NBCAL**  
Para fazer valer a lei

Um olhar  
sobre a **História** da  
Amamentação no Brasil



**EM DEFESA DA  
AMAMENTAÇÃO**

Manual para implementar o  
Código Internacional de Mercadização  
de Substitutos do Leite Materno

Ellen J. Sokol



**Alimentos para crianças de até 3 anos,  
bicos, chupetas e mamadeiras.**



**O que você precisa saber !**

**NBCAL**

Um guia para o profissional de saúde  
e o consumidor

# Você também pode fazer algo. Denuncie!

A Rede IBFAN Brasil (Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar) monitoram, todos os anos, o cumprimento da Lei 11.265/06.

Qualquer cidadão pode, conhecendo a NBCAL e a Lei 11.265/06, denunciar infrações à ANVISA.

<http://www10.anvisa.gov.br/ouvidoria/CadastroProcedimentoInternetACT.do?metodo=inicio>

UNIVISIA  
A-T-E-N-D-E

FORMULÁRIO PARA DENÚNCIAS, RECLAMAÇÕES E SUGESTÕES

Este é um canal de comunicação entre você e a Ouvidoria da Anvisa.

Qualquer referência a empresas, incluir no procedimento a razão social, o CNPJ.

Os campos marcados com asterisco (\*) são de preenchimento obrigatório.

| DADOS PARA CONTATO - 2   |                      | Pessoa Física |
|--|----------------------|---------------|
| Nome *:  | <input type="text"/> |               |
| Cor ou raça:   | -- Selezione --      |               |
| CPF/CNPJ:  | <input type="text"/> |               |
| Endereço:  | <input type="text"/> |               |
| O Endereço informado é no Brasil? <input checked="" type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não<br>(Caso o endereço não seja no Brasil, não é necessário informar os campos Bairro, Estado, Cidade e CEP) |                      |               |
| Bairro :   | <input type="text"/> |               |
| Estado *:  | -- Selezione --      |               |
| Cidade *:  | <input type="text"/> | Cidade        |
| CEP :  | <input type="text"/> |               |
| Fone *:  | <input type="text"/> |               |
| Fax:   | <input type="text"/> |               |
| Fone 2:  | <input type="text"/> |               |
| Fax 2:   | <input type="text"/> |               |
| e-mail*:   | <input type="text"/> |               |
| Caso considere seu assunto extremamente confidencial, clique em "Sim". Neste caso, manteremos seus dados em sigilo.<br><input type="radio"/> Sim <input checked="" type="radio"/> Não                      |                      |               |

DADOS DO RECLAMADO/DENUNCIADO (Apenas para reclamações e denúncias) - 2

| Pessoa Física |                      |
|---------------|----------------------|
| Nome *:       | <input type="text"/> |

Iniciar Anvisa - Informação ...



**FIM!!!**

[fabianacaine@gmail.com](mailto:fabianacaine@gmail.com)

11 9-8326-6817

[www.amamentartudodebom.com.br](http://www.amamentartudodebom.com.br)