

FACULDADE PERNAMBUCANA DE SAÚDE – FPS

JOYCE FREITAS DE SOUZA

Avaliação da adequação da forma de comercialização de produtos para lactentes e crianças de primeira infância em estabelecimentos comerciais de Recife.

Assessment of the suitability of the marketing of products for infants and early childhood children in commercial establishments in Recife

RECIFE – PERNAMBUCO

2025

JOYCE FREITAS DE SOUZA

Avaliação da adequação da forma de comercialização de produtos para lactentes e crianças de primeira infância em estabelecimentos comerciais de Recife.

Assessment of the suitability of the marketing of products for infants and early childhood children in commercial establishments in Recife

Artigo apresentado ao curso de Graduação de Nutrição da Faculdade Pernambucana de Saúde - FPS, como requisito parcial para a obtenção do título de Graduada em Nutrição.

Orientador (a): Fabrícia Michelline Queiroz de Holanda Padilha

**RECIFE – PERNAMBUCO
2025**

JOYCE FREITAS DE SOUZA

Avaliação da adequação da forma de comercialização de produtos para lactentes e crianças de primeira infância em estabelecimentos comerciais de Recife.

Assessment of the suitability of the marketing of products for infants and early childhood children in commercial establishments in Recife

Artigo apresentado ao curso de Graduação de Nutrição da Faculdade Pernambucana de Saúde - FPS, como requisito parcial para a obtenção do título de Graduada em Nutrição.

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Faculdade Pernambucana de Saúde – FPS
Fabrícia Michelline Queiroz de Holanda Padilha
Presidente da Banca

Faculdade Pernambucana de Saúde – FPS
Nome do membro
Membro da Banca

Faculdade Pernambucana de Saúde – FPS
Nome do membro
Membro da Banca

RESUMO

O aleitamento materno exclusivo até os seis meses de vida e a continuidade da amamentação até os dois anos de idade ou mais, complementada por outras fontes nutricionais. Apesar dos seus reconhecidos benefícios, a prática do aleitamento materno em nosso país ainda está aquém da recomendada. Diversos fatores contribuem para a baixa prevalência de aleitamento materno exclusivo, como a baixa escolaridade materna, o trabalho materno fora de casa, a falta de orientação no pré-natal, condutas hospitalares e suporte pós-parto inadequado. Este trabalho tem como objetivo avaliar a forma de comercialização dos produtos destinados a lactentes e crianças de primeira infância se estão de acordo com as normas da NBCAL. Trata-se de um estudo transversal, descritivo realizado em estabelecimentos comerciais situados na cidade do Recife-PE no período de dezembro de 2022 a março de 2023. Os dados demonstram que 94% dos comércios cumpriam com a norma, não havendo promoção comercial para fórmulas de partida e de seguimento para lactentes, já para as fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância, leites fluidos e em pó 47% não seguiam os critérios e em relação aos alimentos de transição e alimentos à base de cereais, 57% estavam em conformidade e 33% não estavam. Conclui-se que os resultados obtidos através das visitas aos estabelecimentos comerciais, realizados na cidade do Recife, apontou infrações em relação a promoção comercial dos produtos abrangidos pela NBCAL. Isso demonstra que embora exista uma lei, os administradores responsáveis pelos locais de venda de produtos destinados a lactentes e crianças de primeira infância, não possuem conhecimento da mesma.

Palavras-chave: Crianças, Comercialização, Lactantes, Primeira Infância, Produtos.

ABSTRACT

Exclusive breastfeeding until six months of age and continued breastfeeding until two years of age or more, complemented by other nutritional sources. Despite its recognized benefits, the practice of breastfeeding in our country is still below what is recommended. Several factors contribute to the low prevalence of exclusive breastfeeding, such as low maternal education, maternal work outside the home, lack of prenatal guidance, hospital conduct and inadequate postpartum support. This work aims to evaluate whether products intended for infants and young children are sold in accordance with NBCAL standards. This is a cross-sectional, descriptive study carried out in commercial establishments located in the city of Recife-PE in the period of december 2022 to march 2023. The data shows that 94% of stores complied with the standard, with no commercial promotion for starter and follow-on formulas for infants, while for follow-on infant formulas for early childhood children, fluid and powdered milks, 47% did not follow the standards. criteria and in relation to transitional foods and cereal-based foods, 57% were in compliance and 33% were not. It is concluded that the results obtained through visits to commercial establishments, carried out in the city of Recife, indicated infractions in relation to the commercial promotion of products covered by NBCAL. This demonstrates that although there is a law, the administrators responsible for places selling products intended for infants and young children are not aware of it.

Keywords: Children, Marketing, Infants, Early Childhood, Products.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 METODOLOGIA.....	9
3 RESULTADOS.....	10
4 DISCUSSÃO.....	11
CONCLUSÃO.....	15
REFERÊNCIAS.....	16
ANEXOS.....	19

1 INTRODUÇÃO

O aleitamento materno (AM) caracteriza-se como processo natural e ideal de prover alimento à criança inicialmente nos primeiros dias de vida, visto que este se constitui como alimento necessário para a formação biológica e psicológica. O leite materno, de maneira comprovada, é o alimento ideal para o bebê, fundamental para a saúde e desenvolvimento da criança, devido às vantagens nutricionais, imunológicas e psicológicas, além de originar proveito para a mãe.¹

É recomendado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) que seja realizado de forma exclusiva até os seis meses de vida, sem a necessidade de introdução de outros alimentos, sólidos ou líquidos, antes deste período e após, o AM segue até os dois anos ou mais junto com os alimentos complementares.²

Esta recomendação se dá pelos inúmeros benefícios que o AM promove para o recém-nascido (RN) e para a mãe em curto e longo prazo. Previne a morbimortalidade neonatal, colabora para que haja um maior tempo de duração do AM e de aleitamento materno exclusivo (AME), ajuda no desenvolvimento motor, diminui o risco de desenvolver doenças como diabetes, obesidade, gastroenterites; auxilia na liberação de ocitocina, amenorreia lactacional, diminui o risco de desenvolver diabetes tipo 2, cânceres de ovários e mama e faz com que ocorra uma perda de peso mais rápida no pós-parto, respectivamente.³

Porém, mesmo o AM trazendo inúmeras vantagens já comprovadas cientificamente, é comum ver muitas mães que realizaram o desmame precoce por diversos motivos, entre eles estão: idade, escolaridade, trabalho materno fora de casa, mitos e crenças, experiências prévias, dor/traumas nos mamilos, sucção fraca, não ter apoio das pessoas a sua volta, não receber orientações de profissionais na unidade básica de saúde; o que acarreta na substituição da amamentação por outros alimentos e utensílios (mamadeiras, chupetas e bicos).^{4,5}

Além desses inúmeros fatores, também temos a indústria de alimentos, que exerce uma forte influência sobre o desmame precoce, utilizando das técnicas de marketing nas suas publicidades e propagandas, que são veiculadas nas mídias sociais, para a venda de produtos substitutos do leite materno, além do uso de estratégias de promoções como descontos

especiais, distribuição de amostras grátis, embalagens atraentes e a forma de exposição dos produtos nos locais de venda.⁶

Foi pensando em como proteger o aleitamento materno, que em 1981 foi criado o Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno⁷, com o objetivo de assegurar uma nutrição segura e adequada para os lactentes através da promoção e proteção do aleitamento materno, restringindo o marketing dos produtos intitulados substitutos do leite materno.⁸

No Brasil, a primeira iniciativa de proteção da amamentação surgiu através da publicação da Portaria Nº 99 de 1974⁹, pelo então Secretário de Saúde de Pernambuco o Dr. Fernando Figueira, essa Portaria proibia a propaganda feita pelos fabricantes ou distribuidores diretamente às mães, com distribuição de leite em pó em unidades hospitalares e demais unidades de saúde.¹⁰

No mesmo ano da criação do Código Internacional, o governo brasileiro cria o Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno (PNIAM)¹¹, com várias estratégias na área de saúde, educação, controle de propagandas de alimentos infantis e leis para proteção das nutrizes.¹⁰

Apenas no ano de 1988, é que o Brasil cria o seu próprio código a Norma para Comercialização de Alimentos para Lactentes (NCAL)¹², que proíbe a propaganda e a promoção comercial de fórmulas infantis.⁸

A norma era muito extensa e possuía muitos pontos confusos e que deixavam margens para várias interpretações, por esse motivo, passou por uma nova revisão para torná-la mais clara e passível de controle. Essa revisão ficou aprovada em 1992, onde a NCAL passou a se chamar de Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes (NBCAL).^{13,14}

Nos anos seguintes, após realização de vários monitoramentos, foram encontradas diversas infrações à Norma, levando a ter a sua segunda revisão, passando a se chamar Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL). Ela foi composta por três documentos: a Portaria MS 2.051, de 8 de novembro de 2001¹⁵ e as Resoluções da Diretoria Colegiada (RDC) 221¹⁶ e 222¹⁷, de 5 de agosto de 2002 e seu objetivo é regulamentar a promoção comercial e o uso apropriado de produtos que interferem na amamentação e alimentação saudável na primeira infância, ou seja, ela traz como esses produtos devem ser comercializados. Essa nova revisão trouxe vários avanços, como a introdução de novos produtos do mercado, que não tinha na

versão anterior, e as novas estratégias de comercialização como a Internet e o merchandising.
14, 18

No ano de 2006, foi aprovada e publicada a Lei 11.265¹⁹ e regulamentada em 2015 através do Decreto n° 8.552²⁰, onde passou a se chamar Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância e de Produtos de Puericultura e Correlatos, esse Decreto foi revogado em novembro de 2018, após o seu conteúdo ser incorporado ao Decreto 9.579²¹.¹⁸

Todas essas normas e leis foram criadas com o objetivo de proibir qualquer forma de comercialização de fórmulas infantis para lactentes, bicos, chupetas, mamadeiras e protetores de mamilo, pois estes competem com o aleitamento materno, tendo assim o intuito de assegurar, proteger, promover e incentivar o aleitamento materno.¹⁴

Portanto, este estudo tem como objetivo analisar a conformidade da comercialização de produtos destinados a lactentes e crianças de primeira infância com a norma vigente da NBCAL.

2 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo quantitativo, observacional, transversal e descritivo, realizado em estabelecimentos comerciais situados na cidade do Recife-PE no período de dezembro de 2022 a março de 2023. De início, através do mapa da cidade do Recife, disponível através do Google Maps, foram identificados os estabelecimentos que comercializavam produtos destinados a lactentes e crianças de primeira infância, estes distribuídos entre os bairros da Zona Sul e Oeste da cidade do Recife.

Para definir a amostra foram selecionados de forma aleatória os comércios, levando em consideração os locais que comercializam os produtos abrangidos pela NBCAL. Foram selecionados supermercados, farmácias e mercadinhos, sendo estes situados em bairros da Zona Sul e Oeste da Região Metropolitana do Recife (RMR). Perfazendo um total de 30 estabelecimentos visitados. Para coleta de dados foi utilizado um checklist, que foi elaborado utilizando como base os critérios da NBCAL para a promoção comercial.

Foi criado um *check list* no *Word*, baseado nas recomendações da NBCAL, contendo nome e endereço dos estabelecimentos e os pontos a serem avaliados nas visitas presenciais. Os itens analisados foram a proibição da promoção comercial de fórmulas de partida e de seguimento para lactentes; a permissão da promoção comercial de fórmulas infantis de seguimentos para crianças de primeira infância, leites fluidos e em pó, desde que se utilize a frase obrigatória do Ministério da Saúde; e a permissão da promoção comercial de alimentos de transição e alimentos à base de cereais, desde que utilizando também a frase obrigatória do Ministério da Saúde e para cada item deste era marcado conforme, não conforme ou não se aplica, este último sendo aplicado quando no estabelecimento não possuía o produto a ser avaliado, de acordo com a realidade de cada local visitado.

Os dados foram coletados através de visitas presenciais nos comércios, que ocorreram nos meses de dezembro de 2022 a março de 2023, no local era observado se o estabelecimento se adequava ou não aos critérios da NBCAL, se sim, era marcado **conforme** no checklist, se não, era marcado **não conforme** e se caso naquele comércio não tivesse algum produto dos itens que estavam sendo analisados, era marcado **não se aplica**.

Os dados coletados foram organizados em uma planilha do programa *Microsoft Excel*. Em seguida, foi realizada uma análise para verificar quais estabelecimentos comerciais estavam em conformidade, não conformidade e quais não se aplicavam as regras de promoção comercial dos produtos abrangidos pela NBCAL.

Os itens analisados durante as visitas foram as fórmulas infantis de partida e seguimento para lactentes, fórmulas infantis de seguimento para criança de primeira infância, leites fluídos, leites em pó, leites modificados e similares de origem vegetal, alimentos de transição e alimentos à base de cereais.

3 RESULTADOS

Foram analisados 30 estabelecimentos, foram 13 supermercados, 12 farmácias e 5 mercadinhos, situados nas zonas Sul e Oeste da Região Metropolitana do Recife, sendo 25 na zona Sul e 5 na zona Oeste.

Em todos eram comercializados produtos abrangidos pela NBCAL e logo abaixo, no gráfico 1, podemos analisar quais os produtos estavam em conformidade ou não com a Norma nestes estabelecimentos comerciais:

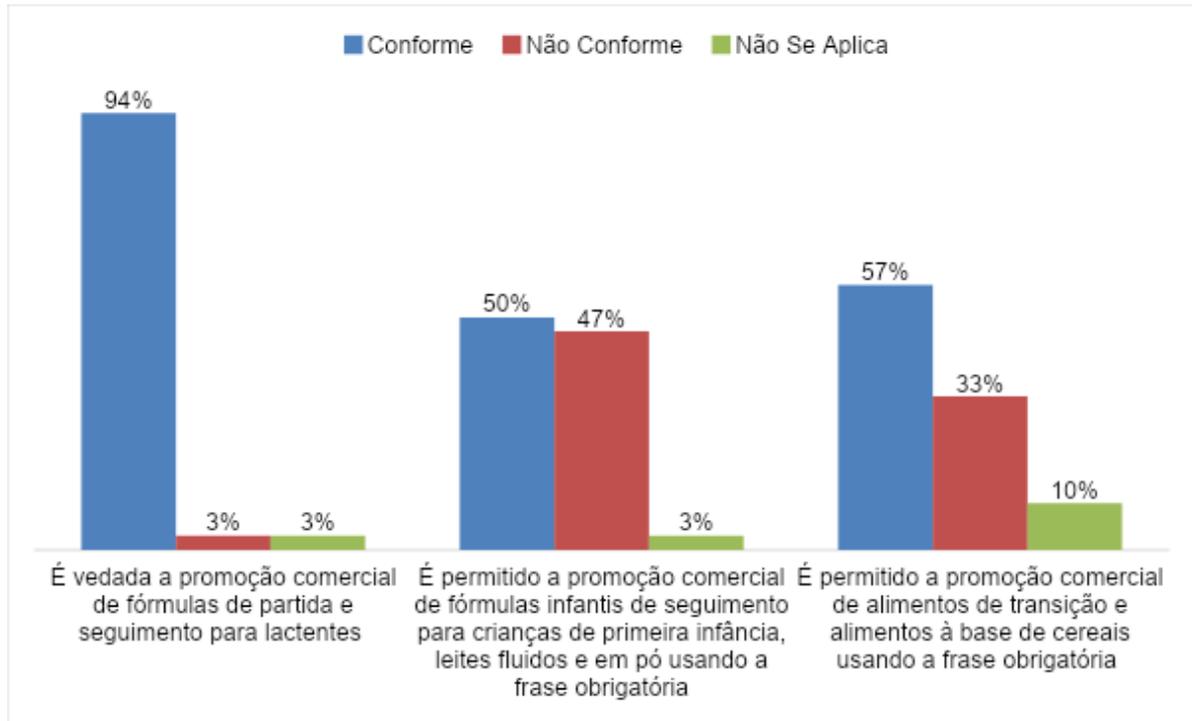


Gráfico 1 – Percentual de “conformidade”, “não conformidade” e “não se aplica” da promoção comercial de produtos destinados a lactentes e crianças de primeira infância segundo a NBCAL, em estabelecimentos comerciais de Recife.

De acordo com o Gráfico 1, podemos analisar na primeira coluna que na grande maioria dos comércios, cerca de 94%, cumpriam com a norma de não haver promoção comercial para as fórmulas de partida e seguimento para lactentes.

Porém, quando analisamos a segunda seção, das fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância, leites fluidos e em pó, vemos que 47% dos comércios não seguem os critérios para a promoção comercial destes produtos. Ou seja, quase metade dos estabelecimentos visitados infringem a NBCAL.

Em relação aos alimentos de transição e alimentos à base de cereais, 57% dos locais visitados faziam promoção comercial seguindo a lei, enquanto 33% não estavam em conformidade.

Nas tabelas, a seguir, podemos verificar os tipos de estabelecimentos visitados e a quantidade de estabelecimentos que comercializavam os produtos abrangidos pela NBCAL.

Tipos de estabelecimentos visitados	Supermercados		Farmácias		Mercadinhos		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
	13	43,33	12	40	5	16,67	30	100

Tabela 1 – Descrição em números relativos e absolutos dos tipos de estabelecimentos visitados. Recife, 2023.

Números de estabelecimentos que comercializavam os seguintes produtos	Fórmulas infantis		Suplementos de transição a base de cereais		Leites fluidos, leites em pó, leites modificados e similares de origem vegetal	
	Supermercados	13	100	13	100	13
Farmácias	11	91,97	11	91,97	9	75
Mercadinhos	4	80	5	100	5	100
Total	28	93,33	29	96,67	27	90

Tabela 2 – Descrição em números relativos e absolutos dos números de estabelecimentos que comercializavam os produtos abrangidos pela NBCAL. Recife, 2023.

Analisando as tabelas podemos verificar que 100% dos supermercados comercializavam os produtos abrangidos pela NBCAL. Já as farmácias, em relação às fórmulas infantis e os suplementos de transição a base de cereais, 91,67% delas vendiam esses produtos, enquanto apenas 75% comercializavam leites fluidos, em pó, modificados e similares de origem vegetal. Nos mercadinhos, 93,33% deles vendiam fórmulas infantis, 96,67% comercializavam suplementos a base de cereais e 90% leites fluidos, em pó, modificados e similares de origem vegetal.

Neste contexto, podemos entender que as fórmulas infantis para lactentes e crianças de primeira infância são elaboradas objetivando atender às necessidades nutricionais em cada estágio de vida do lactente e criança de primeira infância. Portanto as informações contidas

nos rótulos destes alimentos devem atender a legislação sobre rotulagem nutricional, padrão de identidade e qualidade e da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças da Primeira Infância.

4 DISCUSSÃO

Na pesquisa atual, grande parte dos estabelecimentos visitados foram supermercados 13 (43,33%), seguindo pelas farmácias 12 (40%) e em menor quantidade os mercadinhos 5 (16,67%). Corroborando com estudo de Oliveira ²² (2021) no qual predominou também, farmácias 18 (48,7%) e supermercados 19 (51,3%).

Em relação a promoção comercial para as fórmulas infantis de partida e seguimento para lactentes que são vedadas pela NBCAL, cerca de 24,9% dos estabelecimentos descumpriram as regras estabelecidas pela norma, números semelhantes aos encontrados nos estudos de Oliveira ²² (16%) em Goiânia e Lima ²³ (20,5%) em São Luís. As farmácias estavam entre os estabelecimentos que mais descumpriram essa norma, o que nos leva a entender que os funcionários desses locais não têm conhecimento sobre a legislação, pois são eles que organizam os produtos, o que reflete nos inúmeros erros encontrados.

As fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância, leites fluidos e em pó e os alimentos de transição e alimentos à base de cereais foram os produtos com maior números de infrações nos estabelecimentos comerciais, o que difere do estudo de Silva ²⁴ (2018), onde as fórmulas infantis para lactentes e de seguimento para lactentes, foram as que mais infringiram a norma.

A pesquisa de Gurgel ²⁵ corrobora com o presente estudo, onde traz que os alimentos à base de cereais e outros foram os que tinham maiores números de infrações em relação a promoção comercial vedada pela NBCAL (64%), este grande número de infrações encontradas demonstra que os responsáveis pelos estabelecimentos não possuem conhecimento sobre a norma.

Boulos ²⁶ relata que com a industrialização e o crescimento do trabalho feminino fora de casa, o leite materno passou a ser substituído por outros alimentos. Então a indústria alimentícia ampliou significativamente a variedade de produtos destinados a bebês e crianças pequenas, utilizando uma estratégia baseada na criação da imagem de um produto ideal, prático e que permite a participação do pai na alimentação dos filhos. No entanto, essa

abordagem teve um impacto negativo, contribuindo para a diminuição das taxas de aleitamento materno ao redor do mundo, o que gerou um aumento na morbidade e mortalidade infantil em países tanto ricos quanto pobres, devido a doenças infecciosas e à introdução de proteínas não familiarizadas.

Com essa crescente demanda por alimentos industrializados, as empresas passaram a investir em publicidade, estabelecendo conceitos, ideias e comportamentos, levando os consumidores a adquirir seus produtos. O principal objetivo das indústrias alimentícias ao promover seus itens, é estabelecer uma conexão comunicativa entre o consumidor e o fabricante, utilizando os rótulos e embalagens apresentando informações importantes para a orientação dos consumidores sobre os benefícios e a quantidade dos componentes nutricionais e a possibilidade de escolhas mais apropriadas de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância, levando-se em conta as particularidades desta clientela. ²⁶

Conforme Castro ²⁷ (2020), em seu estudo afirma que a publicidade comercial é uma ferramenta crucial empregada por indústrias e comércios com a finalidade de atrair a atenção do público e, assim, impulsionar as vendas de produtos específicos. No entanto, a promoção de produtos como fórmulas infantis, chupetas, bicos, mamadeiras, leites de origem animal ou vegetal e alimentos de transição destinados a bebês e crianças pequenas pode ter efeitos prejudiciais na prática da amamentação.

De acordo Dantas *et al.*, ²⁸ (2022) entende-se que quando a Norma foi criada, o comércio eletrônico era inexistente, por isso, atualmente, há uma facilidade da aquisição do produto através da vasta distribuição e comercialização destes artigos devido à extensa quantidade de comércios on-line em sites e redes sociais dificultando, ainda mais, a execução da legislação e estimulando a comportamentos inadequados.

Silva *et al.*, ⁸ (2020), afirma que esta norma se aplica à venda e práticas associadas, à qualidade e às informações de uso das fórmulas para lactentes, fórmulas de seguimento para lactentes e crianças na primeira infância, leites líquidos, leites em pó, leites modificados e produtos semelhantes de origem vegetal, alimentos de transição e cereais destinados a lactentes ou crianças pequenas, além de outros alimentos ou bebidas, seja à base de leite ou não, que sejam comercializados ou apresentados como adequados para a alimentação de lactentes e crianças na primeira infância. Inclui também fórmulas nutricionais destinadas a recém-nascidos de alto risco, bem como mamadeiras, bicos e chupetas, tanto fabricados no Brasil quanto importados.

No estudo de Cordeiro *et al.*²⁹ (2019), relata que é fundamental que os profissionais da saúde, especialistas da área alimentar, a comunidade científica, gestores de políticas públicas e, por fim, os próprios consumidores, devem acompanhar as práticas de promoção comercial desses produtos, assegurando assim uma amamentação adequada por tempo apropriado.

Além disso, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), órgão responsável pela fiscalização das promoções comerciais dos produtos abrangidos pela NBCAL, precisa ser mais eficiente, pois a grande problemática para ocorrer tantas infrações por parte dos comerciantes se dar por não se ter uma fiscalização mais atuante, já que este possui as ferramentas para controlar os métodos de promoções comerciais dos produtos que competem com o aleitamento materno.³⁰

Através dos resultados obtidos no estudo, percebeu-se a dificuldade em estimar a exatidão da contribuição do cumprimento da Lei para o aumento das taxas de indicadores do AM, contudo, considera-se que a NBCAL seja um dos pilares fundamentais para a política de AM ao se constituir uma barreira protetora para que as ações de promoção e apoio a amamentação sejam eficientes.

Pois a criança amamentada terá ganhos em saúde e qualidade de vida, utilizará menos os serviços públicos de saúde, gerando economia substancial de recursos materiais e humanos para o setor. Portanto, se faz necessário uma maior divulgação e vigilância dessa Norma, sendo de fundamental importância para assegurar a defesa e a proteção da saúde das crianças brasileiras. É necessário resgatar a saúde da criança como um problema nacional, de absoluta prioridade.

CONCLUSÃO

Diante do exposto, é possível concluir que os resultados obtidos através das visitas aos estabelecimentos comerciais, realizados na cidade do Recife, apontou infrações em relação a promoção comercial dos produtos abrangidos pela NBCAL. Isso demonstra que embora exista uma lei, os administradores responsáveis pelos locais de venda de produtos destinados a lactentes e crianças de primeira infância, não possuem conhecimento da mesma.

Sendo importante intensificar as ações de fiscalização das práticas comerciais relativas aos alimentos destinados à lactentes e crianças de primeira infância, bem como a ampliação do conhecimento dessa legislação por outros atores, como os responsáveis pelas redes de farmácias, os profissionais de saúde e sociedade, para que essa importante legislação conquistada no Brasil possa proteger efetivamente o aleitamento materno e a saúde infantil.

REFERÊNCIAS

- 1.SANCHES MTC. **Manejo clínico das disfunções orais na amamentação**. Lilacs. Rio de Janeiro, 2018.
- 2.SILVA MA, RIBEIRO CHS, BEZERRA MLR. **Aleitamento materno exclusivo: uma análise dos seis primeiros meses de vida**. Research, Society and Development, v. 11, n. 8, e11511830571, 2022.
- 3.CAMPOS PM, GOUVEIA HG, STRADA JKR, MORAES BA. **Contato pele a pele e aleitamento materno de recém-nascidos em um hospital universitário**. Revista Gaúcha de Enfermagem, 41(spe), e20190154, 2020.
- 4.DIAS LMO et al. **Influência familiar e a importância das políticas públicas de aleitamento materno**. Revista Saúde em Foco – Edição nº 11 – Ano: 2019.
- 5.DIAS EG et al. **Estratégias de promoção do aleitamento materno e fatores associados ao desmame precoce**. Journal Health NPEPS. 2022 jan-jun; 7(1):e6109.
- 6.ELIAS, B. C. et al. **Consequências do desmame precoce e seus fatores determinantes**, 2021.
- 7.ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **Código Internacional de comercialização de substitutos do leite materno**. Genebra, 1981.
- 8.SILVA KB et al. **Promoção comercial ilegal de produtos que competem com o aleitamento materno**. Revista de Saúde Pública. nº 54; p. 1-10, 2020.
- 9.Pernambuco. **Portaria nº 99. Proíbe a propaganda realizada diretamente pelos fabricantes e distribuidores, através da doação do leite em pó às mães pobres nos**

hospitais e demais unidades da Secretaria de Saúde de Pernambuco. Diário Oficial da União [DOU], Brasília, DF, 3 dez 1974.

10. Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. **A legislação e o marketing de produtos que interferem na amamentação : um guia para o profissional de saúde /** Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. – 1. ed., 3. reimpr. – Brasília : Ministério da Saúde, 2016.

11. Ministério da Saúde. **Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno – PNIAM.** Brasília, 1981.

12. Brasil. Resolução CNS nº 5 de 20 de dezembro de 1988. **Norma para Comercialização de Alimentos para Lactentes (NCAL).** Brasília, 1988.

13. Brasil. Resolução CNS nº 31/92. **Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes.** Brasília, 1992.

14. 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.

15. ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Brasil). **Portaria nº 2.051, de 8 de novembro de 2001.** Revisão da NBCAL.

16. ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Brasil). **RDC nº 221 de 05 de agosto de 2002. Regulamento técnico sobre chupetas, bicos, mamadeiras e protetores de mamilo.** Brasília: Diário Oficial da União; 06 ago. 2002. Seção 1, p.557-558.

17. ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Brasil). **RDC nº 222 de 05 de agosto de**

2002. Regulamento técnico para promoção comercial dos alimentos para lactentes e crianças de primeira infância. Brasília: Diário Oficial da União; 06 ago. 2002. Secção 1, p.558-560.

18.DANTAS RHS. **Norma brasileira de comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância, bicos, chupetas e mamadeiras (NBCAL): um estudo observacional** / Rafaela Hingrid de Sousa Dantas. - 2022.

19.Brasil. **Lei 11.265 de 3 de janeiro de 2006. Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos.** Brasília: Diário Oficial União; 04 jan. 2006. Seção 1, p.1-3.

20.Brasil. **Decreto que regulamenta a Lei 11.265/2006 N^o. 8.552, de 3 de novembro de 2015, que dispõe sobre a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e de produtos de puericultura correlatos.** Brasília, 2015.

21.Brasil. **Decreto n^o 9.579 de 22 de novembro de 2018. 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.** Brasília, 2018.

22.OLIVEIRA IM. **Inadequação na promoção comercial de alimentos para lactentes segundo a NBCAL, 2021.**

23.LIMA TB. **Promoção Comercial e Rotulagem de Bicos, Mamadeiras e Chupetas: Avanços No Cumprimento da NBCAL** [monografia]. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, Curso de Nutrição, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, 2019.

24.SILVA KB. **Avaliação da promoção comercial de fórmulas infantis, bicos, chupetas e mamadeiras em estabelecimentos comerciais, 2018.**

25. 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.** Nutrivisa. Revista de Nutrição e Vigilância em Saúde, 2016.
26. BOULOS DAC. **Análise de rotulagem em alimento à base de cereais para lactentes e crianças de primeira infância,** 2020.
27. CASTRO MEB. **Leite e ninho: mães influenciadoras na publicidade do ninho forti+ composto lácteo da Nestlé.** [Monografia]. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, Curso Comunicação social – publicidade e propaganda, Instituto de Cultura e Arte, 2022.
28. DANTAS DC et al. **Produção e validação de vídeo educativo para o incentivo ao aleitamento materno.** Revista Gaúcha de Enfermagem, v. 43, p. 1-21, 2022.
29. CORDEIRO LC et al. **Fatores associados ao cumprimento da NBCAL em estabelecimentos de Belém/PA.** Research, Society and Development, v. 11, n. 1, e36511125008, 2022.
30. ROSANELI CF, SILVA DAC. **Publicidade e comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância: regulação como responsabilidade do estado brasileiro.** Revista Iberoamericana de Bioética / nº 07 / 01-11 [2018] [ISSN 2529-9573] DOI: 10.14422/rib.i07.y2018.009.

ANEXOS

Revista da Associação Brasileira de Nutrição- RASBRAN

ESTRUTURA E FORMATAÇÃO DO ARTIGO

Esta seção apresenta orientações quanto à estrutura e formatação do seu artigo. Quanto à formatação, este modelo já se encontra formatado de acordo com as diretrizes da RASBRAN. Para tornar mais fácil o processo, seguem algumas dicas.

Uma forma fácil de utilizar este modelo sem perder a formatação é utilizar a opção de Colar especial do editor de texto. Copie o trecho do texto que deseja colar neste modelo, selecione onde pretende colar e clique no menu Editar ou Página Inicial, escolha a opção Colar especial e em seguida em Texto não formatado.

3.1 Título do artigo

O título do artigo deve vir primeiramente no idioma original do artigo, em seguida, em inglês. Os artigos escritos em outro idioma o segundo título deverá ser em português. Use caixa-alta (letra maiúscula) apenas para a primeira letra do título do artigo, exceto para palavras onde o uso de caixa-alta e caixa-baixa (letras maiúsculas e minúsculas) se faz gramaticalmente necessário (por exemplo, nome de pessoas, cidades, etc.).

Título do artigo no idioma principal: subtítulo (fonte calibri, tamanho 12, negrito e espaçamento simples)

Title of the article in the main language: subtitle (fonte calibri, tamanho 12, itálico e espaçamento simples)

3.2 Nome(s) do(s) autor(es)

O(s) nome(s) do(s) autor(es), bem como os seus dados (ORCID iD, Instituição/Filiação, Resumo da biografia), deve(m) ser cadastrado(s) durante o processo de submissão do artigo no portal da revista. Se o artigo possuir mais de um autor, clicar em INCLUIR AUTOR e preencher os

campos. No momento da submissão todos os autores deverão ser incluídos, pois não poderá ser adicionado posteriormente.

O(s) nome(s) do(s) autor(es) deve(m) ser omitido(s) no corpo de texto. Para garantir que seu artigo seja revisado às cegas, bem como a propriedade dos documentos deverá ser removida. (Confira o passo a passo nas Diretrizes para autores). Para garantir que seu artigo seja revisado às cegas, não inclua em sua redação seu nome, instituição ou qualquer outra menção que possa identificá-lo como autor.

3.3 Resumo

O resumo deve ser estruturado em objetivo, método, resultados e conclusão, escrito sem parágrafo ou títulos, com no mínimo 150 e no máximo 250 palavras. Assim como o título do artigo, o resumo deve ser apresentado primeiramente no idioma original do artigo, em seguida, em inglês e para aqueles em outro idioma, em português.

3.4 Palavras-chave

As palavras-chave, que definem o tema do estudo, devem vir após o resumo, incluindo no mínimo 3 e no máximo 6 termos de indexação, no idioma original do artigo. Consultar os descritores em Ciências da Saúde nos endereços eletrônicos: <http://decs.bvs.br> ou www.nlm.nih.gov/mesh.

As palavras-chave e keywords deverão ser colocadas abaixo do resumo e abstract, respectivamente.

3.5 Artigo

Os artigos devem ser divididos em Introdução, Método, Resultados, Discussão e Conclusão. O artigo não deverá ultrapassar 25 páginas. Deve ser iniciado na mesma página do resumo/abstract e das palavras-chave (keywords).

3.6 Seções

O artigo não deve ter mais de três níveis de seções.

3.6.1 Figura e quadros

A indicação do título das figuras e quadros deverá ser na parte inferior precedida da palavra designativa juntamente com número de ordem de ocorrência no texto. Devem ser apresentadas na mesma fonte do texto, com espaço simples entre linhas e somente letra maiúscula nas iniciais do título, salvo nomes próprios. Recomenda-se que sejam colocados perto do parágrafo a que se referem. Não são mencionadas as fontes de figuras e quadros quando elaboradas pelo próprio autor do artigo. Indicar a fonte quando retirada de outro documento.

3.6.2 Tabelas

Será usada tabela quando for necessário apresentar dados não discursivos e estes são essencialmente numéricos.

A indicação do título da tabela deverá ser na parte superior precedida da palavra designativa juntamente com número de ordem de ocorrência no texto. Devem ser apresentadas na mesma fonte do texto, com espaço 1,5 entre linhas e somente letra maiúscula nas iniciais do título, salvo nomes próprios. Recomenda-se que sejam colocados perto do parágrafo a que se referem. Não são mencionadas as fontes de tabelas, quando elaborada pelo próprio autor do artigo. Indicar a fonte quando retirada de outro documento.

4 CONSIDERAÇÕES SOBRE DIREITOS AUTORAIS

Para evitar violação das leis de direitos autorais, não utilize longas e muitas citações de uma mesma fonte, ou figuras publicadas previamente sem um documento de autorização de uso dos direitos autorais. Isto também se refere a imagens produzidas por você autor, mas que já tenham sido publicadas em outro veículo, caso o seu direito autoral tenha sido transferido à editora. Autores que não fornecerem a autorização de uso de direitos autorais terão seus artigos devolvidos. Trataremos rigorosamente violações de direitos autorais.

REFERÊNCIAS

As referências devem seguir o estilo Vancouver. Os periódicos devem ser abreviados segundo o “Catálogo NLM” (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/nlmcatalog/journals>). As referências deverão ser numeradas consecutivamente segundo a ordem de citação no texto. Seguem exemplos de como as referências devem ser listadas:

Artigos

Baladia E, Basulto J. Sistema de clasificación de los estudios en función de la evidencia científica. *Dietética y nutrición aplicada basadas en la evidencia (DNABE): una herramienta para el dietista-nutricionista del futuro*. *Rev Esp Nutr Hum Diet*. 2008;12(1):11-9.

Machado WM, Capelar SM. Avaliação da eficácia e do grau de adesão ao uso prolongado de fibra dietética no tratamento da constipação intestinal funcional. *Rev. Nutr. [Internet]*. 2010 [acesso em 2020 Fev 14];23(2). Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-5273201000200006&lng=isso&nrm=isso&tlng=pt

Referenciando livros e teses

Gil A. *Tratado de Nutrición*. 2a ed. Madrid: Editorial Médica Panamericana; 2010.

Silva CLM. *Características do suporte nutricional como preditores de sobrevida em pacientes graves [tese]*. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro; 2008.

Referenciando websites

Instituto Nacional do Câncer. *Estimativa da Incidência de câncer em 2008 no Brasil e nas cinco regiões (Estimates of cancer incidence in Brazil and the five regions) [Internet]*. Rio de Janeiro: INCA; c1996-2007 [acesso em 2017 Dec 10]. Disponível em: http://www.inca.gov.br/conteudo_view.asp?id=1793/.

Ministério da Saúde (BR), Secretaria de Atenção à Saúde, Política Nacional de Humanização da Atenção e Gestão do SUS. *Acolhimento e classificação de risco nos serviços de urgência [Internet]*. Brasília: Ministério da Saúde; 2009. [acesso em 2020 Jul 10]. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/acolhimento_classificacao_risco_servico_urgencia.pdf

Deve-se utilizar o padrão convencionado pela Biblioteca Nacional de Medicina dos EUA. Para outros tipos de citação, consulte <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/bv.fcgi?rid=citmed>.

CHECKLIST ELABORADO

Estabelecimento:

Endereço:

1- Requisitos Gerais	Conforme	Não Conforme	N/A*
Observação: A promoção comercial de qualquer produto do item abaixo é proibido .			
<p>1.1 É vedada a promoção comercial de fórmulas infantis de partida e seguimento para lactentes, (Artigo 4º, da Lei 11.265/2006) em quaisquer meio de comunicação incluindo merchandising, estratégias promocionais para induzir vendas ao consumidor no varejo, tais como exposições especiais, cupons de desconto ou preço abaixo do custo, prêmios, brindes, vendas vinculadas a outros produtos e apresentações especiais. (Anexo da Resolução nº 222, item 4.1, 221, item 6.3, anexo da Portaria 2051, art. 4º)</p>			
Requisitos para cumprimento da promoção comercial permitida dos seguintes produtos.			
<p>1.2 A promoção comercial de fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância, leites fluidos e leite em pó, apresenta com destaque a seguinte informação, visual ou auditiva, de acordo com o meio de comunicação: “ <i>O Ministério da Saúde informa: O aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os dois anos de idade ou mais.</i>” ? (Lei 11.265/2006, art. 5º, I).</p>			

<p>1.3 A promoção comercial de alimentos de transição e alimentos à base de cereais indicados para lactentes e/ou crianças de primeira infância, bem como outros alimentos ou bebidas à base de leite ou não quando comercializados ou de outras formas apresentados como apropriados para a alimentação de lactentes e crianças de primeira infância, apresenta com destaque a seguinte informação, visual ou auditiva, de acordo com o meio de comunicação: “ O Ministério da Saúde informa: Após os seis meses de idade continue amamentando seu filho e ofereça novos alimentos.” ? (Lei 11.265/2006, art. 5º, I).</p>			
---	--	--	--