

Universidade de Brasília  
Faculdade de Ciências da Saúde  
Departamento de Nutrição  
Trabalho de Conclusão de Curso  
Professora: Renata Monteiro

Educação ou publicidade? Análise dos materiais impressos disponibilizados a profissionais de saúde em um congresso de pediatria

Aluna: Larissa Cristina Lins Berber

Matricula: 12/0124360

Julho,2016

## Sumário

<b>1. Introdução.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Metodologia.....</b>	<b>5</b>
<b>4. Resultados.....</b>	<b>5</b>
4.1 Análise quantitativa.....	5
4.1.2 Análise quantitativa das informações acerca da NBCAL.....	7
4.2 Análise Qualitativa.....	9
<b>5. Discussão.....</b>	<b>10</b>
<b>6. Conclusão.....</b>	<b>13</b>
<b>7. Referências.....</b>	<b>14</b>
<b>Anexo.....</b>	<b>18</b>

## 1. Introdução

A alimentação para crianças de zero a dois anos de idade envolve aspectos socioeconômicos e culturais diversos. Sabe-se que até 6 meses de idade a alimentação da criança deve ser exclusivamente composta pelo leite materno em livre demanda e, após esse período, deve-se recorrer à introdução de uma alimentação saudável e variada de forma gradativa e de maneira complementar a manutenção amamentação até dois anos de vida ou mais<sup>1</sup>.

O leite materno constitui o melhor alimento a ser ofertado a criança nos seus primeiros meses de vida. Além disso, auxilia na construção do vínculo afetivo e traz diversos outros benefícios como a redução da mortalidade infantil, auxilia no sistema imunológico, facilita o desenvolvimento cognitivo e reduz as chances de ocorrência de doenças crônicas não transmissíveis no futuro como diabetes mellitus tipo 2 e obesidade<sup>2,3,4</sup>.

Atualmente, devido a mudanças ocorridas no consumo e no estilo de vida, como o aumento do consumo de alimentos industrializados e do discurso de valorização da praticidade, houve alteração no tempo de aleitamento materno exclusivo e complementado<sup>5</sup>. Isso pode ser observado na PNDS 2006<sup>6</sup>, onde somente 11% das crianças das famílias entrevistadas foram amamentadas até os 6 meses de idade. Nesse cenário surgiram as fórmulas infantis, como alternativa para mães no retorno ao mercado de trabalho, bem como as mães que foram impossibilitadas de fornecer o leite materno por questões associadas a falta de manejo inadequado da amamentação e falta de suporte profissional, social ou de crenças que as conduziram ao desmame precoce<sup>7,8</sup>.

Estudos e pesquisas para a formulação de produtos que se propunham a ser substitutos do leite materno começaram ainda no século 18. Justus Von Liebig foi um dos pioneiros e desenvolveu uma formulação líquida que depois foi transformada em

pó para melhor conservação. Essa fórmula tinha como base o leite de vaca, bicarbonato de potássio, farinha de trigo e de malte e foi considerada uma formulação perfeita na época<sup>9</sup>. Associado ao ocorrido, durante o século 19 os aprimoramentos das tecnologias de preservação da comida culminaram na expansão do mercado de fórmulas infantis, chegando hoje a ser comercializada com inúmeras composições diferentes e uma vasta variedade de marcas. Seu grande alcance se deu pelo excessivo *marketing* que foi praticado por essas empresas, levando a uma impopularidade do aleitamento materno em nível mundial até a década de 70 do século XX<sup>9,10</sup>.

Dentre as estratégias para aumentar a prevalência da amamentação, no Brasil, foi criada em 1988 e aprimorada até 2006, a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças da Primeira Infância (NBCAL)<sup>11</sup>. A NBCAL buscou a regulamentação da comercialização e marketing de alimentos e objetos para o público infantil, assim busca evitar a influência por meios midiáticos à população consumidora no varejo, e apenas autoriza as empresas a divulgarem seus produtos para profissionais de saúde com o respaldo de ser uma forma de divulgação para fins científicos. Apesar disso, os patrocínios a eventos científicos ainda são possíveis sendo fortes influenciadores do comportamento de médicos pediatras<sup>12</sup>.

Essas estratégias reafirmam o acordo com o comitê da organização mundial de saúde sobre estratégias globais para alimentação de jovens e crianças, que visa implementar políticas públicas que protegem e promovem o aleitamento materno, essa estratégia foi criada em 1981 e reafirmada no ano de 2012<sup>13,14</sup>.

Neste sentido, o objetivo desse trabalho é analisar o conteúdo de materiais científicos disponibilizados a profissionais de saúde sobre formulas infantis em um congresso de pediatria, a partir da NBCAL de 2006.

## 2. Metodologia

Trata-se de um estudo transversal, quantitativo e qualitativo descritivo, nos quais foram analisados os materiais distribuídos no 37<sup>a</sup> Congresso Brasileiro de Pediatria realizado nos dias 12 a 16 de outubro de 2015 na cidade do Rio de Janeiro, Brasil.

Foram catalogados todos os materiais colhidos e por meio de leitura crítica os que abordavam o conteúdo de fórmula infantil e leites para crianças de até 2 anos de idade foram selecionados. A partir da leitura, foi construído uma tabela com as características gerais e uma breve descrição do seu conteúdo, buscando descrever questões como as características de cada material, tema abordado, interlocutor, publicidade, referência, descrição conteúdo e adequações ou inadequações sobre a NBCAL. Os materiais foram divididos em subcategorias para a melhor visualização do conteúdo. Por conseguinte, esses dados foram analisados no programa SPSS para análise quantitativa geral.

A análise qualitativa da breve descrição dos materiais foi feita partindo do princípio que o texto é uma forma de comunicação que pode influenciar atitudes e opiniões, apresentar características imperativas e apelativas. A frequência de palavras e sua semântica assumem um peso importante na interpretação do texto, por isso sua análise foi feita com a metodologia de divisão do mesmo em tópicos independentes de cada temática para serem analisadas individualmente. As frases que mais chamaram a atenção foram colocadas em questão para a discussão<sup>15</sup>.

## 4. Resultados

### 4.1 Análise quantitativa

Com base nas análises quantitativas obtemos os resultados descritos na tabela 1 (Anexo 1). A porcentagem mostrada trata-se da quantificação de cada categoria dentre os 19 objetos analisados, desta forma 100% significa o total de materiais e as

variáveis demonstram a quantidade presente de cada categoria no universo de todos os materiais.

Após a coleta e análise dos materiais foi observado que esses consistiam em duas categorias temáticas: materiais teóricos (10,5%, n = 2) e produtos específicos (89,5%, n=17) das marcas presentes no Congresso Nacional de Pediatria. Os materiais teóricos tinham temas variados baseados na literatura e estudos acadêmicos, porém abordavam o uso e indicação de fórmulas infantis para crianças menores de dois anos como um bom substituto para o aleitamento materno. A grande parte das impressões eram de produtos específicos (89,5%, n=17), onde ocorria a descrição e o uso de ferramentas publicitárias que buscavam enaltecer os benefícios do uso do mesmo.

Os temas centrais dos materiais variam, mas todos contêm a temática da criança em desenvolvimento, passando por alergias alimentares (10,5%, n=2), infecções (5,3%, n=1), a importância das proteínas na refeição diária (15,8%, n=3) e da alimentação para a programação metabólica no futuro (5,3%, n=1). Além disso, há abordagem temática de produtos específicos (89,5%, n=17) e seu uso em cada uma dessas situações adversas (26,3%, n=5) em que a criança pode se encontrar.

Em relação ao locutor, constatamos que há dois tipos, o médico (10,5%, n=2) e a empresa (94,3%, n=18), correspondendo majoritariamente à empresa que transmite e elabora as informações presentes nos materiais.

A utilização de recursos visuais facilita a visualização e o entendimento da mensagem pelo interlocutor, nos materiais foram abordadas diversas formas como utilização de imagens ou desenhos (73,7%, n=14), fotos reais (42,1%, n=8), gráficos (21,1%, n=4), informação nutricional (15,8%, n=3), fluxograma (21,1%, n=4) e informações sobre a diluição (26,3%, n=5). Sendo a utilização de imagens e desenhos presente na maioria dos materiais.

As referências encontradas tinham grande presença de materiais elaborados pela SBP (63,2%, n=12) que era quem estava realizando o congresso, seguido de outras organizações de profissionais de saúde (47,4%, n=9) e a OMS (36,8%, n=7). Todos continham referências com mais de 5 anos de idade (100%, n=19) e quase todos com referências com menos de 5 anos (84,2%, n=16). Além da utilização de referências acerca de legislações e normatizações (15,8%, n=3) e materiais governamentais (5,3%, n=1). Constatou-se que há presença de estudos fabricados pelas empresas, mesmo que em menor número (21,1%, n=4).

As ferramentas publicitárias estão presentes em diversas formas, mas todas com a intenção de engrandecer a formula infantil em questão. A maioria utiliza as palavras qualitativas que idealizam o produto como substituto ideal do leite materno (21,1%, n=4), o mais prescrito por profissionais (10,5%, n=2), idealização do produto (78,9%, n=15) e utilização de slogan (57,9%, n=11). Apenas uma minoria não utiliza promoção comercial (10,5%, n=2).

#### 4.1.2 Análise quantitativa das informações acerca da NBCAL

Considerando as informações obrigatórias que a NBCAL exige no rotulo dos alimentos, temos por meio dessa análise os resultados descritos no gráfico:

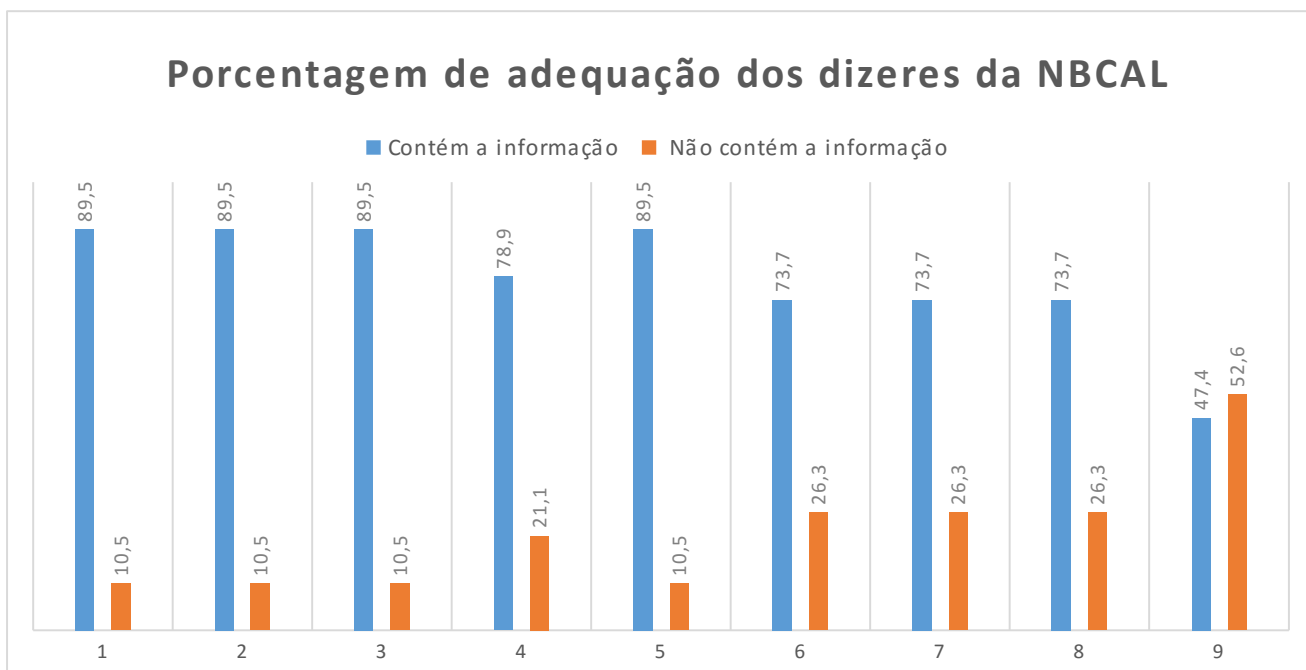


Figura 1- Porcentagem de adequação dos dizeres da NBCAL

Legenda:

- 1- Benefícios e superioridade do Aleitamento Materno
- 2- Orientação sobre a alimentação da gestante e nutriz
- 3- Início e manutenção do aleitamento materno até 2 anos de idade
- 4- Efeitos negativos do uso de mamadeira ou chupeta sobre o aleitamento materno
- 5- Dificuldades para retorno a amamentação
- 6- Inconvenientes do preparo do alimento e higienização
- 7- Implicações econômicas
- 8- Prejuízos a saúde do lactente
- 9- Reforço a utilização de alimentos da dieta alimentar

Em decorrência da análise, temos que a maioria dos materiais analisados se encontra em conformidade com as diretrizes preconizadas na NBCAL. Sendo a única em maior discordância sobre o reforço da utilização de alimentos da dieta alimentar (47,4%, n=9). Sobre a recomendação de que não pode conter no material imagens ou textos que fazem alusão ou possa induzir ao uso desses produtos, foi visto que 94,7% (n=18) dos materiais estavam irregulares, sendo apenas 5,3% (n=1) em conformidade.



Todas as informações estavam escritas em negrito e caixa alta, em um enquadramento especial, porém, não de fácil visualização pois o tamanho das letras era pequeno.

## 4.2 Análise Qualitativa

O texto breve de descrição dos materiais foi subdividido nas seguintes categorias: Atribuições de caráter qualitativo do produto – palavras e elogios; Referências bibliográficas – alusão a sociedades científicas conhecidas; Artíficos Visuais – tabelas, figuras, slogans, artifícios para chamar atenção do receptor da mensagem; Recomendação do Aleitamento Materno – recomendação feita ao longo do corpo do texto; Indicação de procurar um médico ou nutricionista - recomendação feita ao longo do corpo do texto.

A seguir os resultados da descrição de cada categoria:

I-Atribuições de caráter qualitativo do produto:

Como descrição qualitativa do produto apareceram frases como “Formula infantil mais avançada programando na infância um futuro saudável”; “ Afirma ser a única com benefícios semelhantes ao do leite materno”, “promove crescimento e desenvolvimento similar ao de lactentes amamentados”, “Sua formulação [...] é parecida com o leite materno e superior ao leite de vaca” e ao decorrer do texto várias palavras que expressam qualidade, superioridade, comprovação com estudos científicos e recomendação de médicos e mais prescrita em países desenvolvidos.

II- Referências bibliográficas

A respeito das referências bibliográficas, na descrição foi constatado o uso de estudos financiados pelas empresas produtoras, estudos que trazem resultados vagos e que não afirmam que tal formula infantil é superior as demais ou possuem os atributos afirmados por ela, alguns citavam referências no texto que não contavam no material,

e utilizaram matérias das seguintes sociedades: Associação Brasileira de Alergia e imunopatologia, Academia de pediatria e da Sociedade Europeia Gastroenterologica Pediátrica, Hepatologia e Nutrição e da Organização Mundial de Alergia, Sociedade Brasileira de Pediatria e ANVISA.

### III- Artíficos Visuais – tabelas, figuras, slogans

O artifício visual é utilizado para chamar a atenção do leitor, conta com uso de fluxogramas, gráficos, tabelas comparativas nutricionais entre fórmulas diversas de outras marcas e o leite materno, imagens que exemplificam sintomas que as crianças podem ter como a alergia ao leite de vaca, e assim há frases de impacto como “tomei leite de vaca e sobrevivi”. Há imagens de produtos e um guia de qual usar em certas situações (alergias alimentares, imunodeprimidos) e materiais que são em formas de adesivos que o profissional pode colar no seu consultório.

### IV- Recomendação do Aleitamento Materno

Em alguns materiais há informações que confirmam a superioridade do aleitamento materno sobre as formulas. Os materiais destacavam seus benefícios e faziam sua recomendação.

### V- Indicação de procurar um médico ou nutricionista

Apenas um material trouxe a seguinte frase no corpo do texto “Traz a sugestão de uso, porém reforça que cada situação deve ser analisada individualmente pelo médico ou nutricionista”

## 5. Discussão

Publicidade de formulas infantis tem aumentado em 40,5% as vendas desses produtos passando de uma média de 5,5 kg para 7,8 kg por criança. Suas estratégias baseiam-se em contato direto via mídia online e impressa, indiretos por meio de sistemas de saúde, patrocínio de organizações e looby<sup>13</sup>. A fim de embasar nossa discussão,

temos os conceitos de publicidade, propaganda e marketing: o primeiro busca tornar público alguma ideia ou fato; o segundo é a promoção das ideias, disseminação; e o terceiro a interpretação dos primeiros conceitos em desejos, necessidades e expectativas dos consumidores<sup>14</sup>.

Com base nos resultados obtidos, temos em geral que as empresas utilizam de estratégias de vendas para chamar a atenção do consumidor e dos profissionais de saúde que são convidados a prescreve-las para os seus pacientes<sup>17</sup>. A grande maioria de materiais colhidos são sobre produtos específicos, que visam demonstrar e afirmar com referências científicas a qualidade daquele produto. Além disso, o emissor da mensagem, na minha opinião, sempre será enviesado pois a empresa é a detentora do produto e certamente não quer difama-lo e o médico mesmo que não tenha recebido recursos ou benefícios por ter falado sobre, fica com o dever social de promover aquela marca pois ela de certa forma promoveu sua carreira. As informações obtidas por meios não acadêmicos, propagandas e divulgação, pode influenciar na conduta e na imparcialidade do profissional<sup>14,16</sup>.

A utilização de recursos visuais busca a atenção do consumidor/profissional de saúde, com figuras chamativas, gráficos comparativos, cores, materiais que trazem informações rápidas e sucintas. Fazem uso de frases com palavras de afirmação e certificação, que são consideradas estratégias de publicidade e podem induzir o consumidor a um falso conhecimento que o leva a crer que aquele alimento é completo e melhor o leite materno<sup>19</sup>. Além disso empregam referencias que não necessariamente indicam o uso do produto em questão, a maioria das vezes são estudos que foram financiados pela própria empresa que não representam a realidade<sup>18</sup>. As demais referencias advêm de materiais científicos de organizações de profissionais de saúde, OMS e legislações Brasileiras. Importante salientar que a Sociedade Brasileira de Pediatria detém o jornal de pediatria que é patrocinado por uma grande empresa de fórmulas infantis<sup>24</sup>.

Sobre as recomendações escritas no corpo do texto, não fazendo parte dos dizeres obrigatórios, somente um número baixo de materiais propôs. Sendo isso uma prática interessante e importante pois utiliza o espaço de divulgação do produto, o espaço de promoção, para fornecer uma informação relevante em destaque.

Acerca da NBCAL, sobre materiais técnico- científico e educativos, as irregularidades encontradas ocorreram na escrita no corpo do texto, na falta de alguns dizeres obrigatórios e uso de imagens inadequadas. É proibido pela legislação o uso de frases que sugere semelhança com o leite materno, frases que identifiquem que a fórmula é a mais adequada para a alimentação infantil, que fazem referência a necessidades dietoterápicas específicas, frases que induzam conceitos falsos e uso de imagens ou figuras que não sejam para exemplificar a diluição do produto. Alguns materiais apresentaram essas infrações que se dizem a respeito do Artigo 8 da NBCAL<sup>21,22</sup>.

Os dizeres obrigatórios abrangem a recomendação do aleitamento materno até dois anos de idade, fortalecimento do vínculo mãe-filho e prevenção de infecções e alergias, recomendado por um médico ou nutricionista. É necessário ter informações acerca do risco de contaminação e cuidados com a higiene e manipulação do produto, repercussões negativas do uso de mamadeiras, bicos ou chupetas. Implicações econômicas, prejuízos causados pela utilização de alimentos artificiais e a importância da inclusão de alimentos presentes na dieta habitual familiar e da alimentação adequada da gestante e nutriz<sup>21</sup>. Aos materiais que não contenham essas informações estão irregulares de acordo com os Artigos 9 e 12<sup>21,22,23</sup>.

Essas informações obrigatórias pouco atingem o leitor, pois se encontram em lugares ocultos do material e sempre em pequena evidência, facilitando o leitor se esquivar da informação.

Concluindo, a prática de participação em um congresso de sociedade científica com fins publicitários é proibida pelo artigo 18, sendo autorizada somente a divulgação de materiais científicos que são a minoria analisada neste trabalho<sup>25</sup>.

## 6. Conclusão

Os materiais técnico-científicos catalogados nesse estudo trazem mais um apelo promocional do que científico, com abordagem de frases de efeito e imagens inadequadas que não agregam informações para o profissional de saúde<sup>19</sup>. Nos consumidores, essas frases podem confundir entre uma informação embasada cientificamente e um apelo comercial da indústria<sup>20</sup>, assim pode ocorrer com os profissionais de saúde podem sofrer com essa falta de senso crítico.

O conflito de interesses presente entre o setor de saúde e a indústria farmacêutica/alimentícia é ampla, há legislações e diretrizes das sociedades procuram diminuir essa intervenção na conduta dos profissionais, porém a sua fiscalização é ineficaz. É necessário maior diálogo entre as sociedades fiscalizadoras e maior capacitação e informação aos profissionais.

## 7. Referências

1. Vitolo, Márcia Regina. Nutrição da gestação ao envelhecimento. Rio de Janeiro, editora Rubio,2008, pp.119-123
- 2.Lopes, Fabio Ancona; Júnior, Dioclécio Campos. Tratado de pediatria. Sociedade brasileira de pediatria. Editora Manole, Barueri, São Paulo 2007, pp.269-271
3. Martin C, Ling P-R, Blackburn G. Review of Infant Feeding: Key Features of Breast Milk and Infant Formula. *Nutrients* [Internet]. 2016;8(5):279. Available from: <http://www.mdpi.com/2072-6643/8/5/279>
- 4.Horta BL, Victora CG. Long-term health effects of breastfeeding. *World Health Organization* [Internet]. 2013;129(8-9):57–64. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20960419>
5. Moraes MS De, Andréa MA, Garcia R, Yagi R. A expectativa de amamentar: da intenção à prática The expectation of breastfeeding : from resolution to practice. 2005;11(3):149–53.
- 6.PNDS,2006, Ministério da saúde, Pesquisa nacional de demografia e saúde. Disponível em: [http://bvsms.saude.gov.br/bvs/pnds/saude\\_nutricional.php](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/pnds/saude_nutricional.php) acessado em dezembro de 2015
- 7.Escobar Ana Maria de Ulhôa, Ogawa Audrey Rie, Hiratsuka Marcel, Kawashita Milka Yuri, Teruya Priscila Yoshie, Grisi Sandra et al . Aleitamento materno e condições socioeconômico-culturais: fatores que levam ao desmame precoce. *Rev. Bras. Saude Mater. Infant.* [Internet]. Dezembro,2002, 2( 3 ): 253-261. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1519-38292002000300006&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-38292002000300006&lng=pt). <http://dx.doi.org/10.1590/S1519-38292002000300006>.

8. Carrascoza KC, Costa Júnior ÁL, Moraes ABA De. Fatores que influenciam o desmame precoce e a extensão do aleitamento materno. *Estud Psicol*. 2005;22(4):433–40.
9. Stevens EE, Patrick TE, Pickler R. A history of infant feeding. *J Perinat Educ* [Internet]. 2009;18(2):32–9. Disponível em: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=2684040&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>
10. Obladen M. Historic records on the commercial production of infant formula. *Neonatology*. 2014;106(3):173–80.
11. Araújo Maria de Fátima Moura de, Rea Marina Ferreira, Pinheiro Karina Aragão, Schmitz Bethsáida de Abreu Soares. Avanços na norma brasileira de comercialização de alimentos para idade infantil Advances in the Brazilian norm for commercialization of infant foods. 2006;40(3):513–20.
12. Almeida LN De, Ribas JR, Leandro ADS. Os formadores de opinião na alimentação infantil. *Rev Adm Contemp*. 2010;14(4):761–74.
13. Baker P, Smith J, Salmon L, Friel S, Kent G, Iellamo A, et al. Global trends and patterns of commercial milk-based formula sales: is an unprecedented infant and young child feeding transition underway? *Public Health Nutr* [Internet]. 2016;(8):1–11. Disponível em: [http://www.journals.cambridge.org/abstract\\_S1368980016001117](http://www.journals.cambridge.org/abstract_S1368980016001117)
14. 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. 2009;114. Disponível em: <http://www.ibfan.org.br/documentos/outras/doc-405.pdf>
15. Campos Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Rev. bras. enferm.* [Internet]. 2004

Oct; 57( 5 ): 611-614. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672004000500019&lng=en)

[script=sci\\_arttext&pid=S0034-71672004000500019&lng=en.](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672004000500019&lng=en)

<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-71672004000500019>

16. Margolis, Lewis H. A ética de aceitar presentes da indústria farmacêutica. 1991

17. Toma Tereza Setsuko. Ética e uso de suplementos do leite humano. 2001

18. Silva Sheylle Almeida da, Dias Márcia Regina de Moura, Ferreira Tânia Aparecida

Pinto de Castro. Rotulagem de alimentos para lactentes e crianças de primeira

infância. Rev. Nutr. [Internet]. Abril, 2008 ; 21( 2 ): 185-194. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732008000200007&lng=en)

[52732008000200007&lng=en.](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732008000200007&lng=en) [http://dx.doi.org/10.1590/S1415-52732008000200007.](http://dx.doi.org/10.1590/S1415-52732008000200007)

19. IBFAN- Rede internacional em defesa ao direito de amamentar. Violando as

Normas - 2011. Resumo do Relatório de Monitoramento Nacional da NBCAL e Lei

11.265/2006. 2011;

20. Belamarich P, Bochner R, Racine A. A Critical Review of the Marketing Claims of

Infant Formula Products in the United States. Clin Pediatr (Phila) [Internet]. 2015;

Disponível em:

<http://cpj.sagepub.com/content/early/2015/06/03/0009922815589913.abstract>

21. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Promoção Comercial dos

Produtos Abrangidos pela NBCAL. Brasília, 2006.

22. Toma Tereza Setsuko, Rea Marina Ferreira. Rótulos de alimentos infantis: alguns

aspectos das práticas de marketing no Brasil. Rev. Nutr. [Internet]. Junho, 1997,

10( 2 ): 127-135. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52731997000200006&lng=en)

[script=sci\\_arttext&pid=S1415-52731997000200006&lng=en.](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52731997000200006&lng=en)

[http://dx.doi.org/10.1590/S1415-52731997000200006.](http://dx.doi.org/10.1590/S1415-52731997000200006)



23. Conselho Federal Gestor do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos do Ministério da Justiça, Manual do curso de capacitação em monitoramento, NBCAL, São Paulo, Jundiaí,2007.
24. Jornal de Pediatria, Sociedade Brasileira de Pediatria. Disponível em:  
<http://jped.elsevier.es/>
25. Rea Marina Ferreira, Toma Tereza Setsuko. Proteção do leite materno e ética. Rev. Saúde Pública [Internet]. Agosto,2000; 34( 4 ): 388-395. Disponível em:  
[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89102000000400012&lng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102000000400012&lng=en). <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-89102000000400012>.
26. Kummer Suzane C, Giugliani Elsa RJ, Susin Lúcia O, Folletto Jacson L, Lermen Nádia R, Wu Vivien YJ et al . Evolução do padrão de aleitamento materno. Rev. Saúde Pública [Internet]. Abril,2000, 34( 2 ): 143-148. Disponível em:  
[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89102000000200007&lng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102000000200007&lng=en). <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-89102000000200007>.
27. Silva Sheylle Almeida da, Dias Márcia Regina de Moura, Ferreira Tânia Aparecida Pinto de Castro. Rotulagem de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância. Rev. Nutr. [Internet]. Abril,2008,; 21( 2 ): 185-194. Available from:  
[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732008000200007&lng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732008000200007&lng=en). <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-52732008000200007>.
28. Goldim, José Roberto. "Conflito de interesses na área da saúde." (2007).  
Ferreira M, Setsuko T, Ferreira M, Setsuko T. Revista de Saúde Pública Journal of Public Health. 2000;34(4).

## Anexo

Tabela 1 – Resultados quantitativos gerais acerca dos materiais analisados

<b>Característica analisada</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tipo de material</b>		
Material teórico	2	10,5 %
Material sobre produtos específicos	17	89,5%
<b>Tema dos materiais</b>		
Alergia ao leite de vaca	2	10,5 %
Infecções recorrentes	1	5,3%
Caracterização de um produto	17	89,5%
Proteínas	3	15,8%
Alimentação complementar	1	5,3%
Programação metabólica	1	5,3%
Situação de uso do produto	5	26,3%
<b>O locutor do material</b>		
Empresa	18	94,3%
Medico	2	10,5%
<b>Recursos visuais</b>		
Imagens ou desenhos	14	73,7 %

Fotos reais	8	42,1%
Gráficos	4	21,1%
Informação nutricional	3	15,8%
Fluxogramas	4	21,1%
Informações sobre diluição	5	26,3%

### **Referências**

Com menos de 5 anos	16	84,2 %
Com mais de 5 anos	19	100%
Legislação ou normatização	3	15,8%
Material da Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP)	12	63,2%
Material de outra organização de profissional de saúde	9	47,4%
OMS	7	36,8%
Material de órgão governamental	1	5,3%
DRI's	1	5,3%
Estudos/ materiais da própria empresa	4	21,1%

### **Ferramentas publicitárias**

Slogan/marca do produto	11	57,9 %
Substituto ideal para o aleitamento materno	4	21,1%
O mais prescrito	2	10,5%
Idealização do produto - (mudança na composição, preocupação com	15	78,9%

qualidade do produto etc)  
ou da marca (expert, mais  
qualidade, eficácia etc)

Não há promoção  
comercial

2

10,5%