

Avaliação do conhecimento sobre a NBCAL por farmacêuticos e a promoção comercial ilegal de substitutos do leite materno em farmácias de uma cidade do interior do Paraná

Evaluation of knowledge about NBCAL by pharmacists and the illegal commercial promotion of breastmilk substitutes in pharmacies in a city in the countryside of Paraná

Evaluación del conocimiento de los farmacéuticos sobre la NBCAL y la promoción comercial ilegal de sucedáneos de la leche materna en farmacias de una ciudad del interior de Paraná

Recebido: 15/05/2023 | Revisado: 23/05/2023 | Aceitado: 24/05/2023 | Publicado: 30/05/2023

Juliane Fernandes de Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0645-5914>
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
E-mail: julictba09@gmail.com

Luciana Oliveira de Fariña

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5466-4887>
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
E-mail: luciana.farina@unioeste.br

Márcia Regina Simões

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9896-0234>
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
E-mail: marciarsimoes@yahoo.com.br

Resumo

Objetivos: monitorar a promoção comercial de substitutos do leite materno (com foco no composto lácteo) e avaliar o conhecimento de farmacêuticos acerca da NBCAL. **Métodos:** artigo transversal, realizado por meio de observação direta em farmácias e entrevistas via questionários estruturados com farmacêuticos de dispensação comercial, na cidade de Toledo/PR, com início em junho e término em novembro de 2021. Para análise de dados foi utilizado estatística descritiva. **Resultados:** 58% dos estabelecimentos farmacêuticos de Toledo infringem a NBCAL, sendo as infrações mais comuns àquelas relacionadas à falta de dizeres obrigatórios em substitutos do leite materno. As estratégias de promoção comercial ilegal mais comuns foram: desconto no preço, exposição especial, venda vinculada a outros produtos, prêmios e brindes. Nestle e Danone foram as empresas com maior número de infrações a Lei. O composto lácteo foi o produto com maior número de infrações relacionadas à promoção comercial. 50% dos farmacêuticos entrevistados desconhecem a NBCAL. **Conclusões:** é necessário investir em educação (da graduação até cursos de qualificação profissionais) para evitar o avanço do desmame e obesidade infantil, vinculados ao marketing abusivo de indústrias de substitutos do leite materno.

Palavras-chave: Indústria alimentícia; Nutrição da criança; Legislação sobre alimentos.

Abstract

Objectives: to monitor the commercial promotion of breastmilk substitutes (focusing on the growing-up milk) and to assess pharmacists' knowledge about the NBCAL. **Methods:** cross-sectional article, conducted through direct observation in pharmacies and interviews using structured questionnaires with commercial dispensing pharmacists in the city of Toledo/PR, starting in June and ending in November 2021. Descriptive statistics were used for data analysis. **Results:** 58% of the pharmaceutical establishments in Toledo infringe the NBCAL, and the most common infractions are those related to the lack of mandatory wording on breast milk substitutes. The most common illegal commercial promotion strategies were: price discount, special display, sale linked to other products, prizes and giveaways. Nestle and Danone were the companies with the largest number of violations of the law. The growing-up milk was the product with the highest number of infractions related to commercial promotion. 50% of the interviewed pharmacists do not know about the NBCAL. **Conclusions:** it is necessary to invest in education (from graduation to professional qualification courses) to avoid the advance of infant weaning and obesity, linked to abusive marketing from industries that produce breast milk substitutes.

Keywords: Food industry; Child nutrition; Legislation, food.

Resumen

Objetivos: monitorear la promoción comercial de los sucedáneos de la leche materna (centrándose en el leche de crecimiento) y evaluar el conocimiento de los farmacéuticos sobre NBCAL. **Métodos:** artículo transversal, realizado a través de observación directa en farmacias y entrevistas a través de cuestionarios estructurados con farmacéuticos dispensadores comerciales, en la ciudad de Toledo/PR, a partir de junio y finalizando en noviembre de 2021. Para el análisis de datos, se utilizó estadística descriptiva. **Resultados:** El 58% de los establecimientos farmacéuticos de Toledo incumplen NBCAL, siendo las infracciones más comunes las relacionadas con la falta de redacción obligatoria de los sucedáneos de la leche materna. Las estrategias de promoción comercial ilegal más comunes fueron: descuento de precio, exposición especial, venta vinculada a otros productos, premios y obsequios. Nestlé y Danone fueron las empresas con mayor número de infracciones a la Ley. El leche de crecimiento fue el producto con mayor número de infracciones relacionadas con la promoción comercial. El 50% de los farmacéuticos entrevistados desconocen NBCAL. **Conclusiones:** Es necesario invertir en educación (desde la graduación hasta los cursos de calificación profesional) para prevenir el avance del destete y la obesidad infantil, vinculados a la comercialización abusiva de las industrias de sucedáneos de la leche materna.

Palavras-clave: Industria de alimentos; Nutrición del niño; Legislación alimentaria.

1. Introdução

O composto lácteo é um produto alimentício em pó ultraprocesado, feito a base de soro de leite e adição de outros ingredientes como açúcar e fibras. É considerado um substituto do leite materno devido a sua capacidade de interferir no processo de amamentação (Lima et al., 2021).

Esta interferência acontece devido à semelhança entre as embalagens de composto lácteo, leite em pó e fórmula infantil. Além disso, o produto é exposto lado a lado com produtos lácteos, o que aumenta as chances de confusão por parte do consumidor (Leão & Gubert, 2019).

Apesar de não ser indicado para crianças de primeira infância (menores de 6 anos), devido à presença de açúcar e aditivos químicos (além do grau processamento), o composto lácteo tem seu marketing focado no público infantil, apelando para rótulos coloridos e com desenhos atrativos (Idec, 2018). A Figura 1 exemplifica de forma gráfica a similaridade visual entre produtos infantis.

Figura 1 - Esquema gráfico de similaridade visual entre fórmula infantil e composto lácteo.



Fonte: Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor [IDEC] (2022).

O composto lácteo está sob a égide do pelo Ministério de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) por meio da Instrução Normativa n. 028, de 12 de junho de 2007 (Brasil, 2007). Entretanto, ao adotar um direcionamento de

marketing para o público infantil, estabelecendo embalagem, rótulo, padrões de cores e escrita muito similares a leites e fórmulas infantis, o composto lácteo invade o território fiscalizado pela Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL).

Neste ponto, a NBCAL como legislação aplicada a alimentos de primeira infância não pode evitar o marketing abusivo do composto lácteo, pois legalmente o produto não está descrito na Lei e na prática pode ser vendido sem impedimentos a qualquer faixa etária.

A legalidade de regulação de venda do composto lácteo é ambígua e deixa margem para suposições. Há diversas propostas de lei em trâmite para diferenciar o composto lácteo de demais produtos lácteos e para que o produto faça parte do escopo da NBCAL (Brasil, 2021a; Brasil, 2021b).

Portanto, para a escrita deste artigo, optou-se por avaliar o composto lácteo dentro do que preconiza a NBCAL devido à capacidade de ser confundido a alimentos lácteos com indicação de uso pelo público infantil e como forma de avaliar o impacto que o composto lácteo gera de acordo com os critérios específicos da NBCAL.

Com o objetivo de monitorar a venda de alimentos destinados a primeira infância, o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) em parceria com a Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (IBFAN Brasil) realiza o monitoramento anual do cumprimento da NBCAL. Este monitoramento tem como finalidade coibir práticas e estratégias de marketing que desestimulem o aleitamento materno (Idec, 2020).

A farmácia comercial como local de venda do composto lácteo e outros alimentos destinados a crianças pequenas é parte fundamental do processo de garantia de práticas alimentares saudáveis. O profissional farmacêutico tem grande importância e influência sobre a escolha e a venda de produtos considerados substitutos do leite materno, devendo exercer um papel protetor das práticas de amamentação e alimentação (Rodrigues et al., 2021).

Sendo assim, os objetivos desta pesquisa foram: realizar o monitoramento da promoção comercial ilegal de substitutos do leite materno, assim como, avaliar o conhecimento de farmacêuticos sobre os substitutos do leite materno com foco no composto lácteo.

Existem poucos estudos acadêmicos sobre o tema, apesar de o mercado de substitutos do leite materno estar em crescente expansão. A farmácia (como local de venda), e os farmacêuticos (como agentes de saúde), são pouco explorados dentro do contexto de apoio e proteção ao aleitamento materno.

2. Metodologia

Trabalho de campo transversal, realizado por meio de observação direta em farmácias e entrevistas com farmacêuticos de dispensação comercial, na cidade de Toledo/PR, com início em junho e término em novembro de 2021. A metodologia empregada neste estudo foi baseada nos preceitos de Pereira et al. (2018).

O estudo abarcou todas as farmácias de dispensação comercial da cidade (n= 47), bem como 1 farmacêutico por estabelecimento (n= 47). O número de farmácias alvo do estudo foi retirado de dados abertos para a população geral no site do Conselho Regional de Farmácia do Paraná (CRF/PR) durante o mês de maio de 2021.

Nas farmácias os alimentos abrangidos pela NBCAL foram classificados em cinco categorias para avaliação da promoção comercial: 1. Fórmulas infantis para lactentes e fórmulas infantis de seguimento para lactentes; 2. Fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância; 3. Fórmulas infantis para lactentes com necessidades dietoterápicas específicas; 4. Fórmulas de nutrientes apresentadas ou indicadas para recém-nascidos de alto risco; 5. Leites fluidos ou em pó (animal ou vegetal) e composto lácteo.

Visando maior clareza e entendimento dos resultados, as farmácias foram divididas em 2 categorias: farmácias de rede/grande porte e farmácias unitárias/pequeno porte.

Os critérios de inclusão foram: farmácias de dispensação comercial com cadastro no CRF/PR; farmácias de dispensação comercial da área urbana e farmacêuticos com registro no CRF/PR que consentiram em participar da pesquisa mediante aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Foram excluídos quaisquer outros estabelecimentos farmacêuticos fora da área de dispensação comercial. Foram excluídos farmácias veterinárias e os estabelecimentos farmacêuticos fora da zona urbana do município, assim como os estabelecimentos e farmacêuticos sem cadastro no CRF/PR. Os farmacêuticos que não aceitaram participar da pesquisa também foram excluídos.

O formulário de monitoramento sobre a promoção comercial aplicado as farmácias e o questionário destinado aos farmacêuticos foram desenvolvidos com a ajuda do decreto regulamentador da NBCAL de 2018 (BRASIL, 2019), de formulários do IBFAN Brasil (2007) e do trabalho realizado por Rodrigues et al. (2021).

A pesquisa foi aprovada pelo comitê de ética e pesquisa da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE) sob o parecer número: 39704220.0.0000.0107/ 2020.

Houve autorização por parte do Comitê de Ética em Pesquisa sobre a dispensa da anuência das farmácias comerciais, pois, o requerimento de tal autorização poderia levar os responsáveis a alterar o ambiente da pesquisa, com retirada de produtos e de promoções ilegais para adequação à lei. Entende-se que o monitoramento da NBCAL (enquanto Lei Federal 11.265/2006) é uma prática livre e pública, acessível a qualquer cidadão, e não requer autorização prévia dos estabelecimentos comerciais.

O questionário destinado aos farmacêuticos foi elaborado de forma virtual, com a ajuda da ferramenta de formulários do Google. A escolha por esta forma de abordagem se deu pela praticidade na compilação de resultados e pela possibilidade de aplicação do questionário de forma remota, visto que a pesquisa ocorreu em período de pandemia de Covid-19. Foram abordadas questões relativas ao: conhecimento e indicação de uso do produto composto lácteo e substitutos do leite materno para lactentes e crianças de primeira infância; sobre a NBCAL; sobre a autonomia do farmacêutico referente à venda dos alimentos destinados a crianças pequenas e visita de representantes comerciais de empresas produtoras de alimentos infantis. Também foram levantadas as características educacionais e sociodemográficas.

O formulário de monitoramento da NBCAL também foi feito com o auxílio da ferramenta do Google para agilizar o processo de coleta e análise de dados. Neste formulário também foram levantados dados sobre: o perfil da farmácia; substitutos do leite materno comercializados e sobre o cumprimento da legislação.

O início da pesquisa com farmacêuticos começou em junho de 2021 de forma eletrônica e a distância, sendo o primeiro passo o contato via CRF (solicitação enviada e sem resposta dos responsáveis). Posteriormente houve tentativa de contato via redes sociais e e-mail. O último passo foi a abordagem presencial respeitando todos os protocolos de segurança estabelecidos pelas autoridades competentes devido à Covid-19. Aos farmacêuticos foi apresentada a pesquisa e solicitado uma forma de contato eletrônica para que posteriormente o link fosse enviado a cada um. O contato presencial foi realizado em dias e horários aleatórios. Os resultados obtidos foram analisados por meio de estatística descritiva.

3. Resultados

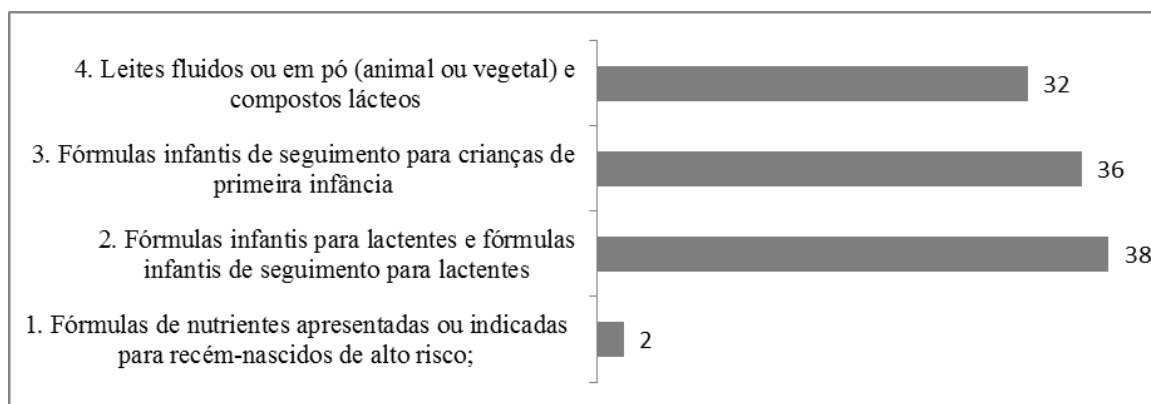
3.1 Monitoramento da promoção comercial

Em relação ao monitoramento da promoção comercial ilegal do composto lácteo e outros substitutos do leite materno: a maioria das farmácias visitadas para coleta de dados é de porte pequeno (n=33; 70,21%). As farmácias de grande porte/redes configuram 14 estabelecimentos (29,79%).

Dos 47 estabelecimentos farmacêuticos monitorados, apenas 6 (12,8%) não comercializam nenhum alimento abrangido pela pesquisa. O restante das farmácias (n= 41; 87,2%) comercializa ao menos um produto dentro da categoria de

substitutos do leite materno, conforme Figura 2.

Figura 2 - Quantidade de farmácias que vendem os alimentos monitorados e seus respectivos grupos.



Fonte: Aatoria própria (2022).

Foi verificada a ilegalidade na promoção comercial de fórmulas infantis para lactentes e fórmulas infantis de seguimento para lactentes em 5 dos 38 estabelecimentos farmacêuticos que vendem o produto. O tipo de infração estava relacionado à exposição especial e desconto no preço, e os produtos em inconformidade pertencem às empresas Nestlé e Danone. Não houve infração quanto à promoção comercial de fórmulas de nutrientes apresentadas ou indicadas para recém-nascidos de alto risco, que é vedada pela NBCAL.

Considerando os produtos em que a promoção comercial é permitida mediante exposição de dizeres de advertência obrigatórios, 91% das fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância e 96,9% dos leites fluídos ou em pó e composto lácteo, foram promovidos comercialmente sem as frases de advertência obrigatórias, ou seja, de forma ilegal.

As estratégias de promoção comercial mais comuns para fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância foram (n= 8): desconto no preço, exposição especial, venda vinculada a outros produtos. Já em relação à promoção comercial de leites fluidos ou em pó (animal ou vegetal) e compostos lácteos (n= 11), houve promoção comercial do tipo: desconto no preço, prêmios e brindes, exposição especial, venda vinculada a outros produtos. Em ambas as situações, os produtos em promoção comercial ilegal pertenciam às empresas Nestle e Danone.

Cabe salientar que não houve promoção comercial ilegal de nenhuma outra empresa de alimentos infantis, além das citadas.

Durante a coleta de dados, foi possível notar que 2 produtos denominados como compostos lácteos no início do monitoramento, tornaram-se fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância, mantendo o nome e com rotulagem similar, fato que gerou confusão durante a realização do monitoramento, exemplificado na Figura 3.

Figura 3 - Modificação de produto a venda: de composto lácteo à fórmula infantil de seguimento para crianças de primeira infância.



Fonte: Autoria própria (2022). Nota: imagens retiradas da internet.

3.2 Questionário aplicado a farmacêuticos

Durante a visita presencial, verificou-se que 4 estabelecimentos farmacêuticos estavam sem o profissional farmacêutico (principalmente aos finais de semana e feriados). Nestes casos foi preciso retornar ao estabelecimento em outro momento.

Dos 47 farmacêuticos abordados, somente um se negou a participar da pesquisa. Dos outros 46 farmacêuticos visitados, apenas 20 responderam ao questionário.

Sobre as características dos 20 farmacêuticos participantes da pesquisa: 85% são mulheres (n=17) e 15% são homens (n=3) com média de idade de 35 anos. O tempo de formação em média é de 10,5 anos e o tempo médio de trabalho em farmácias comerciais é de 9,6 anos. A maioria dos entrevistados trabalha em farmácias de pequeno porte (55%; n= 11) e possui pós-graduação (75%; n=15). Dos 15 profissionais pós-graduados, há mestres em Ciências Farmacêuticas (n=2), e especialistas em: farmacologia (n=6), análises clínicas (n=2), estética (n=2), farmácia clínica (n=2), administração (gestão/finanças) (n=2), nutrição, emagrecimento e diabetes (n=1) e assistência farmacêutica (n=1).

Ao analisar o conhecimento dos farmacêuticos sobre o composto lácteo, os resultados foram os seguintes: 17 (85%) costumam indicar o consumo de leites (fluídos ou em pó) e/ou fórmulas infantis para clientes de sua farmácia; 18 (90%) vendem composto lácteo; 19 (95%) relatam conhecer o que é composto lácteo e no momento da identificação visual 15 (75%) conseguiram distinguir corretamente o composto lácteo do leite em pó e 13 (65%) conseguiram distinguir corretamente o composto lácteo da fórmula infantil.

Foi possível verificar que a única pessoa que respondeu que não conhece o composto lácteo também não conseguiu identificar o produto nas duas opções. No total, 3 pessoas erraram ambas as respostas e 6 pessoas conseguiram identificar somente 1 resposta correta. Nota-se que houve maior dificuldade para distinguir o composto lácteo da fórmula infantil, possivelmente devido à similaridade visual entre embalagens.

Daqueles que admitiram a dificuldade encontrar o composto lácteo, 4 pessoas identificaram corretamente o composto lácteo, 4 pessoas identificaram o composto lácteo em somente uma das opções e 1 pessoa errou ambas as respostas.

Ao avaliar a rotina de trabalho dos farmacêuticos e conhecimento sobre a NBCAL os resultados foram: 14 (70%) afirmaram ter parceria com alguma marca de alimento infantil, sendo que todas as empresas avaliadas na pesquisa têm parceria com farmácias (Nestle; Danone; Mead Johnson e Abbot); sobre visita de representantes: 11 (55%) dos farmacêuticos negaram e 9 (45%) afirmaram receber visitas no ano de 2021 e a maior frequência foi mensal 7 (35%). Sobre a autonomia: 17 (85%) dos farmacêuticos afirmaram terem autonomia para arrumar as gôndolas de seu local de trabalho, mas somente 11 (55%) afirmaram terem autonomia para definir o preço dos produtos infantis. Sobre o conhecimento de frases obrigatórias que devem constar em produtos destinados às crianças de primeira infância no caso de promoção comercial: 14 (70%) afirmaram conhecer os dizeres obrigatórios.

Observa-se a grande participação das empresas Nestle e Danone em parceria com farmácias do município, sendo que 7 estabelecimentos farmacêuticos têm parceria com mais de uma empresa de alimento infantil. Este resultado corrobora ainda mais os motivos pelos quais ambas as empresas são as maiores responsáveis por infrações a NBCAL no presente monitoramento.

Outro fato importante refere-se ao assédio da indústria de alimentos infantis com os locais de venda, pois, 45% dos farmacêuticos abordados referiram ter recebido visita de representantes e 35% relataram terem sido visitados mensalmente.

A autonomia para determinar o preço dos produtos está comprometida para 45% dos profissionais farmacêuticos, sendo que a definição de preços é em sua maioria definida por agentes externos.

Em avaliação específica sobre a NBCAL, 30% afirmaram desconhecer os dizeres obrigatórios que devem constar em produtos destinados a crianças de primeira infância no caso de promoção comercial. O desconhecimento da legislação é relatado por 50% dos farmacêuticos que participaram da pesquisa.

Quando questionados sobre por qual meio o participante obteve conhecimento referente à NBCAL os resultados foram: 4 pessoas sinalizaram exclusivamente o local de trabalho como fonte de conhecimento; 3 pessoas sinalizaram o local de trabalho associado a matéria de pós-graduação, instrução ofertada pela vigilância e aprendizagem por conta própria, respectivamente; 4 pessoas relataram ter buscado conhecimento por conta própria; 1 pessoa relatou ter aprendido sobre o tema exclusivamente por pós-graduação e 1 pessoa relatou ter obtido conhecimento sobre a NBCAL via treinamento ofertado por prefeitura, estado ou União.

A última pergunta do questionário refere-se ao entendimento da NBCAL por parte do profissional farmacêutico como instrumento de trabalho e a resposta afirmativa por parte de 75% dos entrevistados soa contraditória aos resultados das respostas anteriores e ao resultado do monitoramento da promoção comercial ilegal de alimentos abrangidos pela NBCAL.

4. Discussão

O presente estudo mostra que 58% dos estabelecimentos farmacêuticos de Toledo infringem a NBCAL de alguma forma, sendo as infrações mais comuns àquelas relacionadas à falta de dizeres obrigatórios em substitutos do leite materno cuja promoção comercial é permitida. O último monitoramento realizado pelo IDEC em parceria com o IBFAN em 2020 também demonstra que a promoção comercial sem a frase de referência obrigatória é a infração mais recorrente no Brasil (Idec, 2020).

As empresas Nestlé e Danone são as mais recorrentes infratoras da legislação vigente. Além disso, são as empresas que mais entram em contato com o farmacêutico, seja por parceria comercial ou visitas mensais.

As estratégias de promoção comercial ilegal mais comuns encontradas durante a pesquisa foram: desconto no preço, exposição especial, venda vinculada a outros produtos, prêmios e brindes. Contrário ao trabalho de Silva et al. (2020) onde a maioria das infrações foram causadas por fórmulas infantis para lactentes, os resultados desta pesquisa apontam para maior

número de infrações referentes ao composto lácteo e as fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância. Este fato vai de encontro com o previsto pela OMS, pois, com o avanço das medidas de proteção a tendência da indústria é investir nos alimentos para crianças na faixa dos 3 anos (WHO, 2018), com o objetivo de burlar a legislação e obter lucro, como atualmente acontece no Brasil.

O composto lácteo destaca-se como um produto alimentício que a maioria dos farmacêuticos afirma saber o que é, entretanto, tem dificuldade para identificá-lo frente a sua contraparte láctea, seja fórmula infantil ou leite em pó, evidenciando que o marketing cruzado afeta até quem trabalha diretamente com o produto.

Monitoramentos pontuais da NBCAL realizados nos últimos 5 anos, mostram a importância da farmácia como sendo o estabelecimento comercial que mais vendem substitutos do leite materno e que mais tem infrações na promoção comercial dos mesmos (Silva et al., 2020; Cordeiro et al., 2022). A OMS recomenda que haja 1 farmácia a cada 8 mil habitantes. Contudo, a cidade de Toledo no estado do Paraná tem 156 estabelecimentos farmacêuticos, resultando em cerca de 9 farmácias para cada 8 mil habitantes. A quantidade elevada de farmácias na cidade resulta muitas vezes em competição desleal e descumprimento do regulamento sanitário (estabelecimentos sem espaço físico adequado, sem registro e vistoria sanitária, sem farmacêutico responsável, entre outras infrações) (Brandão, 2010).

Portanto, a relação desproporcional entre farmácia e habitantes, junto com o marketing agressivo das indústrias de alimentos infantis, pode explicar em parte, o motivo de tantas infrações a NBCAL.

A falta de conhecimento sobre a legislação é outro grande motivo para as infrações e ilegalidades de produtos que causam o desmame precoce. O nível de conhecimento sobre a NBCAL dos farmacêuticos entrevistados é de 50%. Resultado muito semelhante ao encontrado por Rodrigues et al. (2021) e Silva et al. (2020), sendo respectivamente: 55,7% e 53,7%.

A venda de substitutos do aleitamento materno mediante promoção comercial ilegal, assim como o desconhecimento sobre a legislação vigente pode resultar em uma série de imposições legais, conforme descrito abaixo:

A violação dessas normas sujeita os infratores às sanções previstas na Lei nº 6.437/77, que regulamenta a atuação dos fiscais da Vigilância Sanitária, cujas penalidades serão aplicadas de forma progressiva, de acordo com a gravidade e a frequência da infração, podendo, inclusive, chegar à apreensão do produto, imposição de multa e interdição do estabelecimento. Não pode ser esquecido que a conduta também pode ser criminosa dada à regra do Código de Defesa do Consumidor que exige estrito cumprimento das normas técnicas de comercialização de produtos, sem prejuízo de eventual condenação à reparação civil de danos causados ao destinatário dos produtos, quando comprovada conduta, nexo de causalidade e resultado (Dantas, 2021).

Destaca-se também a troca de produtos que ocorreu ao longo da pesquisa de monitoramento nas farmácias. O composto lácteo passou a ser fórmula infantil do dia para a noite mantendo o nome e embalagem. Uma prática, que além de antiética (pois, pode induzir o consumidor ao erro de forma deliberada), é também ilegal de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990).

A autonomia do farmacêutico frente ao estabelecimento de preços e arrumação de produtos nas gondolas deve ser garantida e devidamente fiscalizada. O farmacêutico deve ter a autonomia necessária para desenvolver e implementar estratégias em saúde, seguindo orientações oficiais. As estratégias agressivas de marketing das indústrias de alimentos infantis envolvem a visita periódica ao farmacêutico, o estabelecimento de parceria e a determinação de arrumação de gondolas. Portanto é essencial o conhecimento da NBCAL pelo farmacêutico, para evitar as situações que possam interferir negativamente na duração do aleitamento materno (Silva et al., 2020).

Como entrave a atuação do farmacêutico, está o papel duplo que o profissional da área comercial está sujeito, pois, ao mesmo tempo, em que tem como função orientar e proteger a amamentação, também precisa vender alimentos que competem com o aleitamento materno e que muitas vezes violam a legislação (Porta et al., 2019). Além disso, a falta de educação continuada em saúde, a falta de autonomia, o excesso de trabalho e acúmulo da função técnica com a função

burocrática/administrativa da farmácia, a dificuldade de realizar a assistência e a atenção farmacêutica, se refletem nos resultados aqui apresentados.

Neste contexto, as farmácias e drogarias têm caráter de estabelecimentos de saúde, mas poderiam ter seus papéis potencializados no âmbito da saúde coletiva se direcionados no sentido da promoção da saúde, distanciando-se da mera prática de interpretação de receituário médico (Vieira, 2007; Cordeiro et al., 2022).

O emprego de práticas de atenção farmacêuticas contribui para a garantia, fortalecimento e proteção do aleitamento materno por meio de orientações adequadas e satisfatórias. O farmacêutico deve atuar na promoção do aleitamento materno e alimentação complementar saudável. O farmacêutico não pode prescrever fórmulas infantis e de seguimento para lactentes, sendo estas atividades prerrogativas dos profissionais médicos e nutricionistas (Brasil, 2006); assim como, não pode fornecer amostra de qualquer tipo de produto (Dantas, 2021).

5. Conclusão

Apesar de o farmacêutico ter papel fundamental na promoção do aleitamento materno e na alimentação infantil, verifica-se que há desconhecimento da NBCAL e consequente baixa aplicação da Lei. Neste sentido o investimento em educação, desde a graduação até cursos de qualificação profissionais são necessários para evitar o avanço do desmame e obesidade infantil, vinculados ao marketing abusivo de indústrias de substitutos do leite materno.

Sugere-se a ampliação deste estudo ao monitorar a NbcAl em outros estabelecimentos comerciais, como supermercados, lojas de departamento e até mesmo no âmbito virtual, monitorando a venda de produtos abrangidos pela NbcAl em Marketplaces.

Referências

- Brandão, A. (2010). *Há farmacêuticos para todas as farmácias*. <https://www.cff.org.br/noticia.php?id=585#:~:text=Not%C3%ADcias%20do%20CFF,-H%C3%A1%20farmac%C3%AAuticos%20para&text=%E2%80%9CO%20que%20existe%20n%C3%A3o%20%C3%A9,acrescentou%20o%20dirigente%20do%20CFF>
- Brasil. (1990). Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm
- Brasil. (2006). Lei nº 11.265, de 3 de janeiro de 2006. Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e produtos de puericultura correlatos. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111265.htm
- Brasil. (2007). Instrução Normativa nº 28. 12 de junho de 2007. <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=14/06/2007&jornal=1&pagina=8&totalArquivos=104>
- Brasil. (2019). Decreto n. 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. <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/decretos/decreto-no-9-579-de-22-de-novembro-de-2018>
- Brasil. (2021a). Projeto de lei, 2020. Determina que os hipermercados, supermercados e similares, destaque em local separado as embalagens de produtos de composto lácteo e seus derivados das de leite integral em pó. https://sapl.al.am.leg.br/media/sapl/public/materiale legislativa/2021/147262/pl_43-2021.pdf
- Brasil. (2021b). Parecer nº, de 2021, da comissão de direitos humanos e legislação participativa, sobre o Projeto de Lei nº 3.828, de 2019, do Senador Confúcio Moura, que altera a Lei nº 11.265, de 3 de janeiro de 2006, Norma Brasileira para Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Protetores de Mamilo (NBCAL), para dispor sobre embalagem, rotulagem e promoção comercial de composto lácteo. <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=9012064#:~:text=O%20primeiro%20acrescenta%20%C3%A0%20Lei,idade%2C%20al%C3%A9m%20de%20determinar%20que>
- Cordeiro, L. C., Sá, N. N. B., Gomes, D. L., Santos, M. P., & Boccolini, C. S. (2022). Fatores associados ao cumprimento da NBCAL em estabelecimentos de Belém. *Research, Society and Development*. 11(1), 1-18. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i1.25008>
- Dantas, N. J. A. (2021). *A NBCAL e as implicações na atuação profissional do farmacêutico*. http://www.ibfan.org.br/documentos/outras/A_NBCAL_e_as_implicacoes.pdf
- Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. (2018). *Gato por lebre*. <https://idec.org.br/materia/gato-por-lebre-0>
- Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. (2020). *Em defesa da amamentação e da alimentação complementar saudável*. <https://idec.org.br/defesa-da-amamentacao/monitoramento>

- Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. (2022). *Idec vai à Justiça contra Nestlé, Mead Johnson e Danone*. <https://idec.org.br/noticia/idec-vai-justica-contra-nestle-mead-johnson-e-danone>
- Leão, D. O. D., & Gubert, M. B. (2019). Precisamos conversar sobre os chamados compostos lácteos. *DEMETRA: Aliment Nutr Saúde*. 14(1), 1-8. <https://doi.org/10.12957/demetra.2019.43609>
- Lima, J. F., Fariña, L. O., & Simões, M. R. (2021). O composto lácteo e o risco inerente à saúde infantil. *Brazilian J Dev*. 7(12), 114870-114885. 10.34117/bjdv7n12-314
- Pereira, A. S., Shitsuka, D. M., Parreira, F. J., & Shitsuka, R. (2018). *Metodologia da pesquisa científica*. UFSM. https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/358/2019/02/Metodologia-da-Pesquisa-Cientifica_final.pdf
- Porta, R. P., D'errico, M. A., Chapin, E. M., Sciarretta, I., & Delaini, P. (2019). Investigation Into the Pharmacist's Role in Breastfeeding Support in the "Roma B" Local Health Authority in Rome. *Journal Of Pharmacy Technology*. 35(3), 91-97. <http://dx.doi.org/10.1177/8755122518823022>
- Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (2007). *Manual do curso de capacitação em monitoramento*. <http://www.IBFAN.org.br/documentos/IBFAN/doc-678.pdf>
- Rodrigues, G. P. N., Oliveira, M. I. C., Boccolini, C. S., Sally, E. O. F., & Moraes, J. R. (2021). Avaliação do impacto de intervenção educativa em farmácias com promoção comercial de produtos que competem com o aleitamento materno. *Cadernos de Saúde Pública*. 37(4). <https://doi.org/10.1590/0102-311X00129919>
- Silva, K. B., Oliveira, M. I. C., Boccolini, C. S., & Sally, E. O. F. (2020). Illegal commercial promotion of products competing with breastfeeding. *Revista de Saúde Pública*. 54(10). <http://dx.doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054000854>
- Vieira, F. S. (2007). Possibilidades de contribuição do farmacêutico para a promoção da saúde. *Ciência & Saúde Coletiva*. 12(1). 2013-220. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232007000100024>
- World Health Organization. (2018). *Marketing of breast-milk substitutes: national implementation of the international code, status report 2018*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240006010>