

**SUELY TERESINHA SCHMIDT PASSOS DE AMORIM**

**ALIMENTAÇÃO INFANTIL E O MARKETING DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS.  
BRASIL, 1960-1988.**

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em História.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Roberto Antunes dos Santos.

**CURITIBA  
2005**

## TERMO DE APROVAÇÃO

SUELY TERESINHA SCHMIDT PASSOS DE AMORIM

ALIMENTAÇÃO INFANTIL E O MARKETING DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS.  
BRASIL, 1960-1988.

Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor no Curso de Pós-Graduação em História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Carlos Roberto Antunes dos Santos – UFPR.

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Choma Bettega Almeida – UNICENTRO

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria do Carmo Marcondes Brandão Rolim – FIC

Prof. Dr. Rômulo Sandrini Neto – UFPR

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Judite Maria Barbosa Trindade – UFPR.

Curitiba, 14 de abril de 2005.

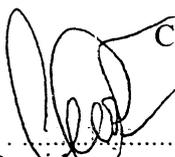


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
COORDENAÇÃO DOS CURSOS DE PÓS GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA  
Rua General Carneiro, 460 6º andar fone 360-5086 FAX 264-2791

### PARECER

Os Membros da Comissão Examinadora designados pelo Colegiado dos Cursos de Pós-Graduação em História para realizar a arguição da Tese do(a) candidato(a) **SUELY TERESINHA SCHMIDT PASSOS DE AMORIM**, sob o título “**Alimentação Infantil e o Marketing da Indústria de Alimento. Brasil, 1960 - 88**”, para obtenção do grau de **Doutor em História**, após haver realizado a atribuição de notas são de Parecer pela *aprovação*, sendo-lhe conferidos os créditos previstos na regulamentação dos Cursos de Pós-Graduação em História, completando assim todos os requisitos necessários para receber o grau de *Doutor*.

Curitiba, 14 de abril de 2005

Prof. Dr. .....  
Presidente

Prof. Dr. .....  
1º Examinador

Prof. Dr. .....  
2º Examinador

Prof. Dr. .....  
3º Examinador

Prof. Dr. .....  
4º Examinador

Ao Alexandre e à Laura, presenças constantes e eternas em meus pensamentos; razão e inspiração desta conquista.

Ao Eduardo, meu querido companheiro de jornada.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Prof. Doutor Carlos Roberto Antunes dos Santos, porque me oportunizou a concretização de um sonho. Obrigada, pelo incentivo, estímulo e orientação, que desde a primeira conversa, permearam todos os nossos encontros.

À Elenice, pela paciência em ouvir-me, pela força e apoio em todos os momentos.

Aos professores do Departamento de Nutrição da UFPR, especialmente às colegas da área de Saúde Pública: Regina, Rúbia, Sheyla e Sílvia, pelas contribuições, pelo apoio e amizade.

As acadêmicas do Curso de Nutrição que colaboraram na coleta de dados, catalogando as revistas que continham peças publicitárias e reportagens sobre alimentação infantil.

À Zelo, pela amizade e oportunidade de troca.

À Suzana Silveira Pereira, pela excelente contribuição na revisão do texto.

A Marie-Claire Ribeiro Pola e Maria Lúcia Suplicy pelo empréstimo de suas coleções de revistas, utilizadas no presente estudo.

Ao Centro Colaborador em Alimentação e Nutrição da Região Sul, Ministério da Saúde, pelo apoio financeiro.

Tudo tem seu tempo determinado e há  
tempo para todo propósito debaixo do céu:  
Há tempo de nascer, e tempo de morrer;  
tempo de plantar, e tempo de arrancar o que  
se plantou;  
Tempo de chorar, e tempo de rir; tempo de  
prantear e tempo de saltar de alegria;  
Tempo de amar e tempo de aborrecer;  
tempo de guerra e tempo de paz.

Eclesiastes, cap. 3, vers.1,2,4,8.

## SUMÁRIO

<b>IMAGENS QUE FALAM</b> .....	viii
<b>LISTA DE SIGLAS</b> .....	ix
<b>LISTA DE TABELAS</b> .....	x
<b>RESUMO</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>RESUMEN</b> .....	xiii
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	01
<b>1. HÁBITOS E PRÁTICAS ALIMENTARES INFANTIS: CULTURA E SOCIEDADE DE CONSUMO</b> .....	20
1.1 O SABOR, O GOSTO E A PREFERÊNCIA NA FORMAÇÃO DOS HÁBITOS E PRÁTICAS ALIMENTARES .....	25
1.2 SOCIEDADE DE CONSUMO E AS MUDANÇAS NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL .....	29
<b>2. ALIMENTAÇÃO INFANTIL E O CONTEXTO HISTÓRICO</b> .....	43
2.1 A VALORIZAÇÃO DA CRIANÇA, A SAÚDE E A ALIMENTAÇÃO INFANTIL .....	45
2.1.1 Aleitamento Materno como uma Solução para a Mortalidade Infantil .....	56
2.2 O CONTEXTO BRASILEIRO NO PERÍODO 1960-1988 E A ALIMENTAÇÃO INFANTIL .....	61
<b>3. ALEITAMENTO MATERNO OU ARTIFICIAL: PRÁTICAS AO SABOR DO CONTEXTO</b> .....	78
3.1 ALEITAMENTO MATERNO OU ARTIFICIAL: O DISCURSO DE SUAS PRÁTICAS .....	78
3.2 ALEITAMENTO MATERNO EXCLUSIVO: A SACRALIZAÇÃO DE UMA PRÁTICA .....	92
<b>4. SAÚDE, FELICIDADE E LEITE: O DISCURSO PUBLICITÁRIO DE ALIMENTOS INFANTIS</b> .....	104
4.1 LEITE PARA LACTENTES: O PAPEL DA NESTLÉ .....	105
4.2 ALIMENTAÇÃO DA CRIANÇA: A INDÚSTRIA NA COZINHA .....	122

<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>133</b>
<b>FONTES E REFERÊNCIAS.....</b>	<b>139</b>
<b>1. FONTES .....</b>	<b>139</b>
1.1 FONTES DOCUMENTAIS .....	139
1.1.1 Revista Semanal .....	139
1.1.2 Revistas Mensais .....	139
<b>2. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>143</b>

## IMAGENS QUE FALAM

IMAGEM 1	LUCÉLIA SANTOS E MARIA ZILDA AMAMENTAM SEUS BEBÊS.....	99
IMAGEM 2	BIA SEIDEL ALIMENTA SEU BEBÊ.....	99
IMAGEM 3	QUANDO O BEBÊ NASCE, QUEM O ALIMENTA?.....	101
IMAGEM 4	UM BEBÊ ROBUSTO: O DISCURSO DA NESTLÉ.....	108
IMAGEM 5	40 ANOS DE PRODUTOS NESTLÉ NO BRASIL.....	109
IMAGEM 6	40 ANOS DE PIONEIRISMO E VITÓRIA NA LUTA POR MAIS E MELHORES ALIMENTOS.....	110
IMAGEM 7	SEU BEBÊ É ÚNICO NO MUNDO.....	113
IMAGEM 8	OLHE MAMÃE: NÓS DOIS ESTAMOS NOS NOVOS RÓTULOS .....	114
IMAGEM 9	NA FALTA DE LEITE MATERNO, A NESTLÉ TEM O LEITE CERTO.....	115
IMAGEM 10	LEITE EM PÓ MOCOCA.....	116
IMAGEM 11	SAÚDE, FELICIDADE E LEITE NINHO.....	117
IMAGEM 12	A CADA PASSO, NINHO É SAÚDE E SEGURANÇA.....	118
IMAGEM 13	EXIJA LEITE NINHO E FIQUE EM PAZ COM SUA CONSCIÊNCIA.....	119
IMAGEM 14	LEITE NINHO. PURO E NECESSÁRIO COMO O SEU AMOR	120
IMAGEM 15	BEBÊ CERCADO DE LATAS DE LEITE EM PÓ.....	121
IMAGEM 16	CRIANÇA É NOSSA PRIMEIRA PREOCUPAÇÃO.....	124
IMAGEM 17	ALIMENTOS INFANTIS. JÚNIOR: PARA ACOMPANHAR O CRESCIMENTO DE SEU FILHO .....	126
IMAGEM 18	NOS PRIMEIROS MESES DE VIDA, SEU BEBÊ SÓ QUER VOCÊ JUNTINHO DELE.....	127
IMAGEM 19	DEPOIMENTOS DE QUEM SE ALIMENTA COM GERBER....	128
IMAGEM 20	O MELHOR E MAIS FORTE MINGAU.....	132

## LISTA DE SIGLAS

Aerp	ASSESSORIA ESPECIAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS
BCG	BACILO CALMETTE-GUERIN
BNH	BANCO NACIONAL DA HABITAÇÃO
CNAE	CAMPANHA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR
CNBB	CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL
DIEESE	DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SÓCIO-ECONÔMICOS
DNCr	DEPARTAMENTO NACIONAL DA CRIANÇA
ENDEF	ESTUDO NACIONAL DE DESPESA FAMILIAR
FAO	FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION
IBFAN	INTERNATIONAL BABY FOOD ACTION NETWORK
IBGE	INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA
IBM	INTERNATIONAL BUSINESS MACHINE
INAN	INSTITUTO NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO
LBA	LEGIÃO BRASILEIRA DE ASSISTÊNCIA
MOBRAL	MOVIMENTO BRASILEIRO DE ALFABETIZAÇÃO
MS	MINISTÉRIO DA SAÚDE
NOW	NATIONAL ORGANIZATION FOR WOMEM
PIB	PRODUTO INTERNO BRUTO
PNIAM	PROGRAMA NACIONAL DE INCENTIVO AO ALEITAMENTO MATERNO
PNL	PROGRAMA NACIONAL DO LEITE PARA CRIANÇAS CARENTES
PRONAN	PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO
WHO	WORLD HEALTH ORGANIZATION
OPS	ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE
SUS	SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE
UNICEF	UNITED NATION CHILDREN'S FUND
USAID	UNITED STATES AGENCY FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT

## LISTA DE TABELAS

- TABELA 1 - ESTIMATIVA DE MORTALIDADE INFANTIL POR GRANDES REGIÕES. EXTRAÍDA DE: MS/INAN. ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO NO BRASIL. 1974-1984, p 37..... 57
- TABELA 2 - NÚMERO MÉDIO DE SEMANAS DE ALEITAMENTO DE MÃES QUE TIVERAM FILHOS (E AMAMENTARAM) NO PERÍODO DE REFERÊNCIA DE 12 MESES. EXTRAÍDA DE: BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. INSTITUTO DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO, 1974-1984, p. 37. .... 59
- TABELA 3 - DURAÇÃO E INCREMENTO AO ALEITAMENTO MATERNO NA GRANDE SÃO PAULO. EXTRAÍDA DE: MS/INAN. INCENTIVO AO ALEITAMENTO MATERNO: A EXPERIÊNCIA DE BRASÍLIA. CONFERÊNCIA PROFERIDA POR MARCOS DE CARVALHO CANDAU, NA REUNIÃO SOBRE ALEITAMENTO MATERNO NA DÉCADA DE 90, EM FLORENÇA, ITÁLIA, AGOSTO DE 1980. .... 73
- TABELA 4 - DURAÇÃO E INCREMENTO AO ALEITAMENTO MATERNO NA GRANDE RECIFE. EXTRAÍDA DE: MS/INAN. INCENTIVO AO ALEITAMENTO MATERNO: A EXPERIÊNCIA DE BRASÍLIA. CONFERÊNCIA PROFERIDA POR MARCOS DE CARVALHO CANDAU, NA REUNIÃO SOBRE ALEITAMENTO MATERNO NA DÉCADA DE 90, EM FLORENÇA, ITÁLIA, AGOSTO DE 1980. .... 74
- TABELA 5 - COEFICIENTES DE MORTALIDADE INFANTIL (CMI) EM 1980 E 1987, REDUÇÃO GLOBAL DA MORTALIDADE E REDUÇÃO ATRIBUÍVEL AO AUMENTO DA FREQUÊNCIA DA AMAMENTAÇÃO. GRANDE SÃO PAULO. EXTRAÍDA DE: MS/INAN. INCENTIVO AO ALEITAMENTO MATERNO: A EXPERIÊNCIA DE BRASÍLIA. CONFERÊNCIA PROFERIDA POR MARCOS DE CARVALHO CANDAU, NA REUNIÃO SOBRE ALEITAMENTO MATERNO NA DÉCADA DE 90, EM FLORENÇA, ITÁLIA, AGOSTO DE 1980..... 75

## RESUMO

O objeto deste estudo é a investigação das práticas e hábitos alimentares infantis no período de 1960-1988, no Brasil, por meio da análise da publicidade comercial e reportagens veiculadas em revistas femininas de grande circulação no país. Trata-se de um estudo interdisciplinar, centrado na área de História, mais especialmente na História da Alimentação. O estudo partiu da premissa de que o marketing da indústria de alimentos promoveu a disseminação do aleitamento artificial, com leite em pó, em detrimento do aleitamento materno, ao mesmo tempo em que propiciou o surgimento de outros produtos complementares que fortaleceram o desmame precoce. A metodologia empregada versou sobre a análise do discurso, representado nesta pesquisa pelos textos das reportagens sobre aleitamento e as mensagens e imagens publicitárias de alimentos para crianças. Apresenta inicialmente questões relacionadas com os hábitos e práticas alimentares infantis incluindo-se, aí, os aspectos históricos, culturais, sociais, econômicos, políticos, biológicos e emocionais. Na seqüência, a ênfase recai sobre a alimentação infantil no contexto histórico brasileiro, a criação de programas de assistência à infância, os altos índices de mortalidade infantil e o aleitamento materno como uma das soluções para a diminuição desses índices. Em seguida, demonstra como as práticas do aleitamento - materno ou artificial -, estiveram ao sabor do contexto, isto é, a valorização ora de uma ora de outra estava relacionada com o momento histórico e cultural por que passava a sociedade. Por último, o estudo evidencia como o avanço da indústria do leite em pó e de outros alimentos complementares foram paulatinamente substituindo a prática do aleitamento materno.

Palavras-chave: alimentação infantil – marketing – discurso médico

## **ABSTRACT**

The present work aims at investigating infants' eating habits and practices from 1960 to 1988, in Brazil, through an analysis that focuses on commercial advertisements and articles published in wide circulation women magazines in Brazil. It consists of an interdisciplinary study, in the area of History, more specifically in Food History. This study assumes the premise that the food industry marketing fostered the dissemination of artificial suckling, using dried milk, depriving infants from breast feeding, and, at the same time, allowing for the emergence of other supplementary products that favored early weaning. The methodology adopted centered on the discourse analysis of texts contained in articles about suckling and in advertising messages and pictures of children's food. First, it presents issues related to children's eating habits and practices including their historical, cultural, socioeconomic, political, biological and emotional aspects. Second, it focuses on children's food intake in the Brazilian historical context, the development of infant welfare programs, the high death rate among infants, and breast-feeding as one of the ways of lowering those rates. Third, it demonstrates how the suckling practices – breast or artificial – were at the mercy of the contextual flow, that is, the highlight of one or the other was related to the historical and cultural moment in which society at large was living. Finally, the study evidences how the development of the dried milk and food supplement industry gradually substituted the breast-feeding practice.

Keywords: infant feeding – marketing – medical discourse

## RESUMEN

Es una investigación de prácticas y costumbres alimentarios infantiles em 1960-1988, con análisis de publicaciones, publicidades y reportes em revistas femeninas más leídas y conocidas en Brazil. Un estudio indisciplinario, centrado en História, más a menudo en História de la Alimentación. Según la hipótesis las estrategias de marketing de empresas alimentarias ofrece mensajes de nueva práctica de alimentación para niños, el incremento del consumo de leche en polvo y otros productos, lleva un cambio radical: se produce el destete temprano. La metodología fue un análisis del discurso contenido en del ato de amamantar, los mensajes, imágenes contenidos en publicidad de los alimentos para niños. Presenta las relaciones con hábitos e prácticas alimentarias infantiles, incluyendose los aspectos históricos, culturales, sociales, biológicos y emocionales. Siguiendo la alimentación infantil en la historia brasileña, los programas asistenciales para la niñez, los índices de mortalidad muy altos, para disminuirlos una solución es las madres volverem amamantar. La amamantación – con leche en polvo o materno – sufrió variaciones que tuvieron relaciones con el momento histórico y cultural que ha vivido la sociedad. El estudio ha demostrado que el incremento de las industrias de leche en polvo y alimentos complementarios han, despacio, cambiado la práctica de amamantar materno.

Palabras claves: alimentación infantil – marketing – discurso medico

## INTRODUÇÃO

Este estudo teve como objeto de investigação as práticas e hábitos alimentares infantis no período de 1960-1988, no Brasil, por meio da análise da publicidade comercial e reportagens veiculadas em revistas femininas de grande circulação no país.

O estudo dos hábitos e práticas alimentares infantis insere-se no campo da História de Alimentação, um tema que tem despertado crescente interesse entre os historiadores. A partir de novos paradigmas históricos, construiu-se outra história da alimentação, bastante diferente daquela “pequena história do pitoresco e do trágico”, da década de 60, quando, então, historiadores desenvolveram pesquisas quantitativas sobre nutrição e que foram recebidas com muitas reservas por causa da imprecisão da metodologia utilizada. A nova história da alimentação, construída com a integração de diversos pontos de vista e competências, foi “capaz de abarcar todos os aspectos da ação e do pensamento humanos” e, portanto, não pode ser considerada “pequena”, “diferente”, “alternativa” em relação à história tradicional<sup>1</sup>. Os hábitos e práticas alimentares pertencem às estruturas do cotidiano, hoje “surpreendidas” pela história. Conclui-se, daí, que a História da Alimentação se inscreve no universo da micro e da macro história.

Estudiosos de várias áreas do conhecimento têm dedicado-se a investigações sobre a alimentação ou a nutrição das crianças. Essas pesquisas, de um modo geral, têm seu foco centrado nas questões biológicas, nutricionais, psicológicas e antropológicas, mas em relação à história, a alimentação infantil, ainda, é um tema pouco explorado, especialmente no Brasil. Assim, o presente trabalho está centrado na área da História, mais especialmente na História da Alimentação, para verificar e analisar os processos históricos que envolvem a questão da alimentação infantil.

Como a história da alimentação, também os hábitos e práticas alimentares infantis podem ser investigados sob o olhar de diferentes áreas do conhecimento, permitindo uma abordagem interdisciplinar. Dessa maneira, encontramos, no modelo

---

<sup>1</sup> FLANDRIN, J. C.; MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998 p. 16 e 22.

da interdisciplinaridade, a possibilidade mais adequada para a exploração deste objeto de estudo.

Assim como a história da alimentação não pode mais se limitar a pesquisas quantitativas sobre nutrição da população, num determinado espaço temporal e geográfico, também não é mais possível conceber que a pesquisa sobre práticas e hábitos alimentares se atenha apenas à descrição e análise nutricional dos alimentos consumidos habitualmente. Daí a importância de estudos interdisciplinares.

Diversos autores apontam que a alimentação, para os historiadores desse tema, é vista como “estratégica no sistema de vida e de valores das diversas sociedades”<sup>2</sup> (...), o que confirma a necessidade da integração com outras disciplinas. SANTOS é um desses autores que defende a conjunção de conhecimentos e relata sua experiência com estudos interdisciplinares, ao declarar:

os projetos que temos desenvolvido no campo da História da Alimentação apontam na direção dos estudos e pesquisas multidisciplinares, com a integração sendo o único modo de enfrentar o problema de maneira positiva e construtiva, não isolando-o, mas sim enquadrando num contexto mais amplo possível, combinando vários tipos de variáveis históricas e dialogando constantemente com outras disciplinas.<sup>3</sup>

Para ele, a integração dos estudos e pesquisas de diversas áreas do conhecimento permite abordar a questão da alimentação de uma forma ampla, sem “contrapor temas históricos diversos, mas sim em confrontar modos diversos de fazer História com outras Ciências Sociais, com a Arte e a Literatura, sem que a História perca sua identidade, mas que possa captar a riqueza trazida pelas referências conceituais mais diversificadas”<sup>4</sup>. Por isso, para SANTOS, o diálogo da História com outras disciplinas, como a sociologia, a antropologia, a psicologia, a geografia, a economia, a nutrição e a dietética, é fundamental quando se trata do tema alimentação.

A necessidade de um estudo interdisciplinar para a alimentação, é também defendida por FISCHLER, pois afirma que a condição humana de onívoro é própria

---

<sup>2</sup> FLANDRIN & MONTANARI, op cit., p. 22

<sup>3</sup> SANTOS, C. R. A. dos. Por uma história da alimentação. **História: Questões & Debates**. Curitiba, Ano 14, nº 26/27, 1997, p. 155.

<sup>4</sup> SANTOS, op. cit., p. 156.

do nosso ser biológico, do nosso metabolismo, mas também de nossa mente. Para estudar esse omnívoro (eterno e moderno), propõe “incursões na história e na antropologia, na sociologia e na psicologia, na economia e na nutrição”<sup>5</sup>, entre outras.

Ao definir uma antropologia alimentar para os franceses, GARINE argumenta que, se a alimentação é considerada como um “fato social total”, merece uma abordagem ampla envolvendo a participação de especialistas das ciências humanas, como historiadores, sociólogos, economistas, lingüistas e psicólogos, e das ciências biológicas, como médicos e nutricionistas<sup>6</sup>.

Ao analisar o que tem sido o objeto central das ciências biológicas e das ciências humanas nos estudos dessas áreas sobre a alimentação, FISCHLER sintetiza o que temos percebido no decorrer de nossa vivência com profissionais de saúde. Diz que, enquanto para as primeiras, mais especificamente para a medicina e nutrição, a alimentação consiste tão – somente na ingestão de nutrientes pelo homem, para as ciências humanas, a alimentação possui uma dimensão imaginária, simbólica e social, entendendo que o homem pensa e sente sua comida de outra maneira - além de nutrientes, ele se nutre também do imaginário. Para esse autor, contudo, as ciências humanas têm deixado de analisar que a sociedade é composta por indivíduos que possuem um organismo sujeito a coerções biológicas<sup>7</sup>.

Segundo FISCHLER, as ciências exatas, como a fisiologia, a psicologia experimental, a antropologia biológica e a nutrição, têm empregado métodos e conceitos muitas vezes “rigorosos”, “reduzidos” e até “mutiladores” em suas análises. Continua, afirmando que, com muita freqüência, essas disciplinas vêem apenas comportamento alimentar onde o que de fato existe são práticas sociais; as crenças e representações são tratadas como superstições e ignorância<sup>8</sup>.

Em nossa prática profissional, temos nos deparado com situações como a descrita acima. Por exemplo, a crença popular de que a mulher grávida apresenta “desejos” alimentares, os quais quando não atendidos ocasionam prejuízos ao feto, podendo nascer uma criança fraca, com algum sinal na pele ou até mesmo com

---

<sup>5</sup> FISCHLER, C. **El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo**. Barcelona: Anagrama, 1995, p. 14

<sup>6</sup> GARINE, I. Unie anthropologie alimentaire des Français? *Ethnol.* Fr., n. 10, p. 227-238, 1980.

<sup>7</sup> FISCHLER, C., op cit.

algum defeito físico, é entendida por muitos profissionais de nutrição como ignorância ou superstição. Essa visão fragmentada de estudiosos da área da saúde, na tentativa de buscar uma causa lógica para determinados fenômenos ou de identificar essa causa como limitação do indivíduo, é uma justificativa, em nosso ponto de vista, para explicações que ultrapassam sua compreensão.

Estudar as práticas e hábitos alimentares infantis, numa perspectiva histórica, foi um desafio que nos proporcionou a ampliação e a integração de saberes e também a compreensão de que a alimentação não pode ser vista de modo isolado.

Nosso interesse pelo tema não é recente e está relacionado tanto com a nossa formação em História e Nutrição, quanto com a nossa vivência acadêmica no Curso de Nutrição da Universidade Federal do Paraná. Como nutricionista e professora de um curso da área de saúde, temos percebido a dificuldade que os profissionais e acadêmicos dessa área têm em compreender algumas questões importantes: que as práticas e hábitos alimentares não podem limitar-se a estudos biológicos; que a mudança de comportamento alimentar não está restrita à vontade ou ao interesse do profissional, do indivíduo ou da população atendida; e que, na busca da saciedade, o homem escolhe entre diferentes opções, alimentos de sua preferência, de aparência, cor e sabor apreciados e, nessa escolha, fatores de ordem social, cultural, econômica e emocional estão envolvidos, alguns dos quais, definidos nos primeiros anos de vida.

As mudanças que têm ocorrido nos hábitos alimentares infantis, até mesmo o surgimento de novos hábitos, e também a mudança de atitude em relação ao aleitamento materno, nas últimas décadas, estimulou-nos a investigar os fatores que determinaram essas transformações, no período 1960-1988, no Brasil.

Em 1981, tivemos oportunidade – como nutricionista do Departamento de Saúde Materno Infantil da Secretaria de Estado da Saúde e do Bem-Estar Social do Paraná - de acompanhar o lançamento, pelo Ministério da Saúde, em Curitiba, do Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno (PNIAM). A campanha de divulgação do programa foi muito intensa e realizada por toda a mídia, o que nos fez refletir sobre os enunciados dos discursos oficiais e o modo como eram transmitidos para a população em geral e, particularmente, para as mulheres. A partir desse momento, os discursos passaram a ser enfáticos na defesa do aleitamento materno,

---

<sup>8</sup> FISCHLER, op cit., p. 15

incentivando e quase pressionando as mulheres a amamentarem seus filhos. As vantagens dessa prática, tanto para a criança como para a mãe, foram detalhadas e divulgadas com muita ênfase. Até então, o aleitamento artificial era considerado um substituto para o leite materno.

Tivemos oportunidade de constatar os resultados da campanha em prol da amamentação, em nossa dissertação de Mestrado<sup>9</sup>, concluída em 1998, quando estudamos a formação de profissionais de saúde (pediatras e nutricionistas) em relação ao aleitamento materno de crianças com Síndrome de Down. Nesse estudo, verificamos que, embora durante sua formação acadêmica, muitos desses profissionais não tivessem conteúdo específico sobre amamentação, depois do lançamento do PNIAM tiveram oportunidade de capacitarem-se, mostrando-se sensibilizados para a orientação dessa prática. Mesmo em situações em que poderiam ocorrer dificuldades para a amamentação, tanto relacionadas com a criança como com a mãe – como no caso de crianças com Síndrome de Down -, a maioria dos pediatras e nutricionistas tinha uma posição determinada: a mãe deveria empenhar-se ao máximo para amamentar e tentar superar todos os obstáculos.<sup>10</sup>

Situação muito diferente de épocas anteriores, ou seja, da década de 40 até o início da de 80, quando o aleitamento artificial se desenvolveu de modo crescente, e amamentar não fazia parte do cotidiano da maioria das mães de crianças pequenas. Até mesmo aquelas que tinham intenção de aleitar seu filho, diante de qualquer dificuldade, acabavam optando pela mamadeira.

Diante de tamanha mudança e considerando todas as vantagens do aleitamento materno, divulgadas pela campanha e incorporadas pelos profissionais de saúde – pelo menos pelos mais conscientes -, deparamo-nos com as seguintes questões: Por que e em que momento, o aleitamento artificial passou a substituir a amamentação? Que fatores contribuíram para que essa prática fosse adotada pela maioria das mulheres?<sup>11</sup> Qual o papel do profissional de saúde, especialmente do

---

<sup>9</sup> AMORIM, S. T. S. P. de. **A Prática pedagógica na formação dos profissionais de saúde: a dimensão humana**. Curitiba, 1998. Dissertação (Mestrado em Educação). Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

<sup>10</sup> AMORIM, S.T.S.P. ; MOREIRA, H. ; CARRARO, T. E. Amamentação em crianças com Síndrome de Down: a percepção das mães sobre a atuação dos profissionais de saúde. **Revista de Nutrição**. Campinas: PUCAMP, v. 12, n. 1, p. 91-101, 1999.

<sup>11</sup> No final da década de 70, 54% dos lactentes na cidade de São Paulo e 80% em Recife eram desmamados no primeiro mês de vida, segundo SOUZA, L.M. B.M; ALMEIDA, J. A G. **História**

pediatra, na disseminação do aleitamento artificial?

Para buscar essas respostas, tínhamos consciência de que precisávamos retroceder no tempo e investigar o período em que a indústria de leite em pó se desenvolveu a pleno vapor, tanto na produção de leites, tentando assemelhá-los ao leite materno – denominando-os de “leites maternizados” -, como na formulação de produtos que complementassem o aleitamento. Que estratégias foram utilizadas pela indústria que determinaram a “cultura do aleitamento artificial” ou, no mínimo, contribuíram para o seu surgimento e, com ela, esta indústria pudesse abrir espaço para a introdução de produtos, até então, desconhecidos da população?

As transformações por que passou a sociedade brasileira, levando a mudanças nos hábitos e práticas alimentares infantis, estão relacionadas com o avanço científico e tecnológico e com o desenvolvimento do consumo que se expandiu à medida que o processo industrial avançou e passou a contar com um amplo apoio de marketing.

Nesse sentido, este estudo partiu da premissa de que o marketing da indústria de alimentos promoveu a disseminação do aleitamento artificial, com leite em pó, em detrimento do aleitamento materno, ao mesmo tempo em que propiciou o surgimento de outros produtos complementares que fortaleceram o desmame precoce.

A baliza inicial do espaço temporal – 1960 - está vinculada com o final do governo Juscelino Kubitschek, em que a economia, liderada pelo setor industrial, cresceu em termos relativos e absolutos. Entre os diversos setores industriais expandidos e modernizados, como os de energia, transportes e indústria de base, inclui-se também o setor de alimentação.

Com a consolidação do desenvolvimento industrial, a indústria de alimentos, particularmente a indústria de leite em pó destinado à alimentação de lactentes, caracterizou-se por uma grande expansão, favorecida pela entrada do marketing como ferramenta de promoção e venda de seus produtos. Estratégias de marketing foram utilizadas tanto para promover esses produtos entre o público, em geral, como para sensibilizar e convencer os profissionais da área da saúde de que poderiam indicar e prescrever alimentos industrializados para as crianças desde o nascimento

destas, com absoluta segurança. A partir desse período – de 1960 até o início da década de 80 -, dá-se a expansão do aleitamento artificial em substituição ao aleitamento materno, graças a vários determinantes e, entre eles, o poder econômico da indústria de leite em pó.

Essas estratégias intensificaram-se até o final da década de 70, quando, então, organismos internacionais, como a Organização Mundial da Saúde – OMS e o Fundo das Nações Unidas para a Infância – UNICEF, realizaram, em Genebra, uma Reunião Conjunta sobre a Alimentação de Lactentes e Crianças na Primeira Infância, expressando a necessidade de que os governos nacionais e a sociedade, em geral, tomassem medidas urgentes no sentido de promover a saúde e a nutrição infantil, tendo como recomendação principal o apoio e o incentivo ao aleitamento materno. Em 1981, esses mesmos organismos criaram o Código Internacional do Marketing de Substitutos do Leite Materno, que o Brasil traduziu em normas, em 1988. Também, em 1981, o Ministério da Saúde implantou o Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno (PNIAM), com várias estratégias de ação na área da educação, saúde, controle estatal da propaganda de alimentos infantis e respeito a leis de proteção à nutriz, entre outras.

Estabelecemos o ano de 1988 como baliza final de nosso período de estudo, porque, nesse ano, foi aprovada pelo Conselho Nacional de Saúde e homologada através de portaria ministerial a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes, documento que restringiu a ação do marketing da indústria de leite em pó. Consideramos, ainda, que as principais medidas estabelecidas pelo PNIAM já tinham sido implantadas até esse ano, o que permitiu a análise de suas repercussões nos discursos sobre aleitamento materno e modificações na publicidade de alimentos infantis.

De acordo com os pressupostos metodológicos e para melhor delimitação do tema, estabelecemos a faixa etária de zero a dois anos e a definição do que consideramos alimentos infantis. A faixa etária limitada aos dois primeiros anos de vida foi estabelecida tendo em vista os seguintes aspectos: 1) que a formação dos hábitos alimentares tem início nesse período de vida, quando a criança é colocada em contato com os mais diferentes sabores e texturas que caracterizam a alimentação de sua família ou do grupo do qual faz parte; 2) que a valorização e a adoção do aleitamento materno, uma prática milenar, e que se inicia logo depois do

nascimento, passaram por mudanças no período em estudo, especialmente pelo avanço da ciência, da tecnologia e da indústria de leite em pó e de outros produtos infantis que estimularam o aleitamento artificial ou o desmame precoce; 3) que é grande a quantidade de orientações dirigidas às mães sobre a alimentação de seus filhos nos primeiros anos de vida; 4) que é grande a oferta de novos produtos, específicos para essa faixa etária, lançados e divulgados pelas indústrias de alimentos, por meio de intensas campanhas de marketing, o que leva à substituição de alguns hábitos e práticas alimentares ou à incorporação de novos; 5) que a maior participação da mulher no mercado de trabalho e o desenvolvimento da chamada “tecnologia do lar” modificaram seu cotidiano, levando à adoção de novos hábitos e práticas alimentares, ainda nos primeiros meses de vida de seus filhos.

Por alimentos infantis entendemos : 1) aqueles específicos para crianças nos primeiros meses de vida, como o leite materno ou leite em pó como substituto ou complemento daquele; 2) preparações ou produtos próprios para essa faixa etária, tendo em vista, o sabor, a textura e a digestibilidade, como as “papinhas” de frutas e vegetais, cereais, mingaus, bebidas lácteas, entre outros.

Embora diferentes tipos de leite tenham sido utilizados no aleitamento artificial, como leite fluído de vaca ou cabra ou mesmo outros produtos menos comuns, como extrato de soja, apenas o leite em pó modificado ou integral fez parte de nosso estudo como substituto do leite materno. A razão dessa limitação está relacionada com o foco de nosso estudo, que foi centrado em produtos industrializados, especialmente na indústria de leite em pó, a qual procuramos destacar como a principal responsável pela disseminação do aleitamento artificial.

As fontes básicas utilizadas neste estudo foram as impressas e provenientes de revistas femininas de grande circulação no período, como *Cláudia*, *Pais e Filhos* e *O Cruzeiro*. Algumas publicações de pediatria dirigidas às mães, publicações e documentos oficiais acerca da alimentação infantil ou de avaliações dos programas existentes e, ainda, o próprio site da principal empresa produtora de alimentos infantis foram utilizados como fontes complementares.

A revista *Cláudia* foi lançada em outubro de 1961, pela Editora Abril, com o objetivo de atender à demanda da mulher da classe média urbana em sua busca de identidade. Sua proposta, por ocasião de seu lançamento, era ser uma espécie de “amiga” da leitora, por isso o nome “Cláudia”. Na primeira página do primeiro

número, a mensagem de boas-vindas: “Cláudia foi criada para servi-la. Foi criada para ajudá-la a enfrentar realisticamente os problemas de todos os dias.” Através de um novo estilo de editar moda, beleza, culinária e decoração, estimulou o consumo emergente e foi estimulada por ele. Esta, assim como outras revistas femininas da época, apresentam várias faces da mulher: ao mesmo tempo em que mostra a mulher rompendo com os papéis tradicionais, também, reproduz o modelo dominante. Na década de 60, a tiragem mensal da revista girou em torno 170 a 220 mil exemplares; no final da década de 70, a revista reproduzia aproximadamente 400 mil exemplares. Em sua publicação de aniversário de 40 anos<sup>12</sup>, a revista apresenta um suplemento com o resumo dos principais temas editados em cada número. Por abordar questões que são objeto deste estudo, a revista constituiu-se numa importante fonte de dados: são questões relacionadas com a alimentação das crianças e os fatores que contribuíram para a mudança ou permanência de suas práticas e hábitos alimentares, como a participação da mulher no mercado de trabalho e as discussões sobre temas relacionados ao cotidiano feminino.

A revista *Pais e Filhos* foi lançada em setembro de 1968, com o objetivo de orientar as famílias sobre temas relacionados aos filhos, como: saúde, educação, alimentação e, ainda, discutir questões sobre o relacionamento do casal, como o casamento, fidelidade, separação e divórcio. Além de trazer propagandas sobre alimentos infantis, apresenta reportagens e seções específicas sobre a alimentação das crianças, como “Alimentos que as crianças adoram”, em que, a cada número, aborda um determinado alimento. Outras seções interessantes são as seguintes: “Seu filho de A a Z”, em que apresenta, por ordem alfabética, temas ou produtos relacionados com a criança e, nessa linha, são discutidos muitos alimentos e práticas alimentares infantis; “O Menu do Bebê” e “Consultório Alimentar”, onde mães escrevem sobre as dúvidas quanto à alimentação de seus filhos, dúvidas estas esclarecidas por um especialista no tema, como pediatra ou nutricionista. No início da década de 80, a revista produzia cerca de 158.000 exemplares mensais.

Tanto na revista *Cláudia* como na *Pais e Filhos* analisamos os seguintes itens: 1) as propagandas de alimentos, tendo em vista a identificação de alimentos tradicionais, o lançamento de novos produtos e de produtos modificados; 2)

---

<sup>12</sup> CLÁUDIA. **40 anos de nossa história**: sua e de Cláudia. São Paulo: Abril, n. 481, out. 2001. Suplemento.

reportagens sobre o aleitamento, identificando-se a forma como o tema é apresentado, ou seja, a ênfase e o estímulo dados ao aleitamento materno ou ao aleitamento artificial.

Em relação às propagandas, analisamos aquelas dirigidas aos adultos, especialmente às mães, com apelos orientados para a saúde, nutrição, crescimento e desenvolvimento de seus filhos.

Para complementar as informações transmitidas para o grande público, tanto no que se refere a reportagens como a peças publicitárias sobre o tema em estudo, utilizamos também a revista *O Cruzeiro*, especialmente os periódicos publicados no final da década de 50 e início da de 60.

A revista *O Cruzeiro* foi lançada em 1928, tendo grande popularidade nas décadas de 40 e 50. Nessa época, a tiragem de *O Cruzeiro* já chegava a 200 mil exemplares, liderando o mercado de magazines entre todas as faixas etárias e de renda, embora fosse maior a porcentagem entre os segmentos com maior poder aquisitivo e mais instruído. O público feminino é buscado pela revista, para o qual são dedicadas numerosas páginas e seções, como: “Dona”, “Carta de Mulher”, “Cinelândia”, “Consultório Médico”, “Para a Mulher”, apresentando artigos variados, reportagens e notícias sobre temas da atualidade, como moda, culinária, novelas e curiosidades.

Para o levantamento das reportagens e peças publicitárias de alimentos infantis, pesquisamos todos os números das revistas *Cláudia* e *Pais e Filhos*, desde os primeiros números publicados até o mês de dezembro de 1988, perfazendo cerca de 650 exemplares. Em *O Cruzeiro*, no período de janeiro de 1955 a dezembro de 1970, foram investigados cerca de 780 exemplares. Assim, 1430 exemplares dessas três revistas foram pesquisados, em sua maior parte, na Biblioteca Pública Municipal de Curitiba e em coleções particulares.

Nessas revistas, selecionamos as reportagens sobre alimentação infantil nos primeiros dois anos de vida, especialmente aquelas que tratavam do aleitamento materno ou artificial. As reportagens, de um modo geral, foram facilmente identificadas no sumário. Ao encontrar uma reportagem que julgávamos de interesse para o estudo, fazíamos sua leitura, catalogávamos a revista, identificando-a pelo nome, número, mês, ano de publicação, título e páginas do texto. Quando esse trabalho era feito na Biblioteca Pública, havia necessidade de fotocopiar o material,

o que era dispensado quando contávamos com o exemplar conseguido de coleções particulares. Em qualquer uma das situações, resumíamos o conteúdo das reportagens, destacando os elementos mais importantes para nossa pesquisa, ou seja: autor e consultor do tema, que tipo de aleitamento orientava e seus principais argumentos. Ficávamos atentas também para o anúncio de nomes e marcas de produtos quando o enunciado se mostrava favorável ao aleitamento artificial. Depois da leitura de cada uma das reportagens, estas eram separadas em três grupos: aquelas francamente favoráveis ao aleitamento materno, aquelas favoráveis ao aleitamento artificial e aquelas que descreviam ambas as práticas, com suas vantagens e limitações e transferiam a decisão para a mãe.

A procura de peças publicitárias de alimentos infantis foi mais trabalhosa, pois teve que ser realizada página a página, uma vez que os exemplares não trazem um índice desses anúncios. Inicialmente, catalogamos todas as peças publicitárias de alimentos que tinham como principal alvo a criança. Assim, foram catalogados anúncios de leite em pó de todos os tipos e marcas, leite condensado, creme de leite, achocolatados, bebidas lácteas, pudins, sopas ou papas (“potinhos”), compotas de frutas, cereais e espessantes, como amido de milho, de arroz ou de mandioca. De cada peça publicitária, eram descritos o título, a principal mensagem, a imagem, o número da página e todos os demais dados da revista em que foi publicada.

Todo esse material foi digitado e arquivado em pastas classificadas de acordo com o tipo de alimento (leite, cereais, achocolatados, sobremesas) e de acordo com o período de publicação (décadas de 60, 70, 80), sendo posteriormente, selecionado para a análise. O critério de seleção utilizado levou em consideração as peças publicitárias diretamente relacionadas com a substituição do leite materno (leite em pó modificado ou integral) e produtos que complementavam o aleitamento, fosse materno ou artificial (potinhos e cereais). Embora tenhamos catalogado as peças publicitárias dos demais alimentos mencionados acima (biscoitos, achocolatados, iogurtes e sobremesas), consideramos que sua inclusão não enriqueceria a análise, uma vez que os apelos giravam em torno dos mesmos temas e valores, o que poderia levar a um discurso repetitivo.

As imagens foram obtidas por meio de digitalização diretamente da revista ou, quando o exemplar pertencia à Biblioteca Pública Municipal, por meio da fotocópia do anúncio.

Ao adotar a abordagem interdisciplinar em nosso estudo, tivemos a clareza de que o suporte teórico não poderia ser buscado em um ou dois autores, mas naqueles que se relacionam com o tema, independentemente de sua área de conhecimento.

Assim, ao efetuar a análise das reportagens sobre aleitamento e alimentação infantil, BADINTER, COSTA E FOUCAULT auxiliaram-nos nessa tarefa. A identificação com BADINTER<sup>13</sup> foi imediata, especialmente por esta questionar o amor materno como um sentimento presente em todas as mulheres e a amamentação como uma manifestação “natural” desse amor. Sua tese de que o amor materno não é inato, que sua existência não está presente em todas as épocas e lugares, que está condicionada às variações sócio-econômicas da história, às situações de vida das mulheres, forneceu substrato para a análise dos discursos sobre o aleitamento materno em nosso estudo.

Tanto o aleitamento materno como o mercenário são abordados por BADINTER, que mostra a influência deste último, nos altos índices de mortalidade infantil, na Europa do século XVIII.

Os escritos de FOUCAULT<sup>14</sup> foram de grande importância, tanto para o estabelecimento de uma metodologia - análise do discurso – em nosso estudo, como para o entendimento e identificação do saber institucionalizado, presente nas reportagens sobre aleitamento materno e alimentação infantil, publicadas sob a autoria ou com a assessoria de profissionais de saúde.

Em COSTA<sup>15</sup>, entre outros autores<sup>16</sup>, buscamos suporte para a análise desses discursos no contexto brasileiro, especialmente para o entendimento do papel da medicina e o monopólio do saber na figura do médico, durante o movimento higienista, com repercussões até os dias atuais. A responsabilidade da família, especialmente da mulher, na educação e saúde dos filhos, estabelecida pela higiene, foi percebida nas reportagens analisadas neste estudo, bem como a culpabilização da mãe quando não conseguia ou não obtinha êxito na execução

---

<sup>13</sup> BADINTER, E. **Um amor conquistado: o mito do amor materno**. 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

<sup>14</sup> FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Petrópolis:Vozes, 1972; **Microfísica do poder**. 8. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.; **A Ordem do Discurso**. . 6. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

<sup>15</sup> COSTA, J. F. **Ordem médica e norma familiar**. Rio de Janeiro; Graal, 1979.

dessas tarefas. São as heranças do movimento higienista que COSTA nos auxiliou a identificar nos discursos analisados sobre aleitamento materno e alimentação infantil.

Na análise de discursos publicitários sobre alimentos infantis, utilizamos também a tese de FICO<sup>17</sup>, de que a propaganda do regime militar divulgou valores, sentimentos e características que os militares gostariam de ver expressados ou inculcados no povo brasileiro. Esses elementos, como demonstramos, também, fizeram parte da publicidade comercial.

Para compreensão do fenômeno do consumo, característico das sociedades desenvolvidas e que conheceu um desenvolvimento acelerado no Brasil, a partir da década de 60<sup>18</sup>, buscamos apoio em FEATHERSTONE<sup>19</sup> e BAUDRILLARD<sup>20</sup>. O primeiro auxiliou-nos na compreensão da cultura do consumo e suas relações com a produção capitalista de mercadorias, como elemento de distinção social e do imaginário popular consumista.

Em BAUDRILLARD, chamou-nos a atenção o que ele denomina de “a lógica social do consumo”, a qual se assenta na “ideologia igualitária do bem-estar”, isto é, numa sociedade em que os valores e sentimentos são mensuráveis pela aquisição de objetos e signos do conforto. Mostrou-nos como o discurso sobre as necessidades se apóia numa inclinação para a felicidade, o que encontramos na maior parte das peças publicitárias analisadas.

Como já mencionamos, o método utilizado no presente estudo foi a análise do discurso, entendendo que esse discurso se refere ao documento histórico, representado em nossa pesquisa pelos textos das reportagens sobre alimentação infantil, em especial, sobre aleitamento materno, e pelas mensagens e imagens publicitárias de alimentos para crianças, publicadas em revistas femininas, de

---

<sup>16</sup> Entre esses autores, destacamos: ALMEIDA, J. A G. **Amamentação: um híbrido, natureza-cultura**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1999; MARQUES, M. B. **Discursos médicos sobre seres frágeis**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2000

<sup>17</sup> FICO, C. **Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV RJ, 1997.

<sup>18</sup> No governo de Juscelino, ocorre a ‘segunda revolução industrial’ no Brasil e, na década de 60, a economia se insere no processo de internacionalização do capital, o que leva ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais e culturais (ORTIZ, R. **Moderna Tradição Brasileira**, 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994).

<sup>19</sup> FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

<sup>20</sup> BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973; **A Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1981.

grande circulação nacional, durante o período de 1960-1988. Ao considerarmos as reportagens e as mensagens publicitárias sobre alimentação infantil, como discursos e fontes ou documentos históricos de nossa pesquisa, entendemos que só podem ser analisados quando inseridos no contexto em que foram produzidos.

No entender de MAINGUENEAU, os termos “discurso” e “análise do discurso” remetem a uma apreensão de linguagem “à medida que esta faz sentido para sujeitos inscritos em estratégias de interlocução, em posições sociais ou em conjunturas históricas”.<sup>21</sup> Ela defende a análise do discurso, do modo como é proposto pela escola francesa (AD),<sup>22</sup> que admite uma multiplicidade de análises, além do ponto de vista sociolingüístico, e uma delas seria uma “relação privilegiada com a história”.

A análise do discurso passou a ocupar, a partir de meados da década de 60, uma parte do território da antiga filologia, porém com pressupostos teórico-metodológicos diferentes, constituindo-se como assunto de lingüistas, mas também de historiadores e de psicólogos<sup>23</sup>.

A história, como mencionamos, também passou por uma mudança de paradigmas, especialmente, a partir da década de 80, com o aparecimento da nova história. Uma dessas mudanças foi em relação ao documento ou à fonte histórica: se, em períodos anteriores, todas as questões levantadas e investigadas levavam para um mesmo fim, ou seja, para a reconstrução do passado, hoje, a função da história, muito mais do que a de interpretar o documento, de verificar sua veracidade, seu valor expressivo, ela trabalha-o no interior e o elabora: “ela o organiza, recorta-o, distribui-o, ordena-o, reparte-o em níveis, estabelece séries, distingue o que é pertinente do que não é, delimita elementos, define unidades, descreve relações”<sup>24</sup>. Neste contexto, a análise do discurso, como proposto pela escola francesa (AD), constitui uma importante ferramenta para o historiador.

Neste estudo, e de acordo com a análise de discurso proposta pela escola francesa, analisamos os enunciados contidos nos textos e imagens de nossas

---

<sup>21</sup> MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1989, p. 12 e 15.

<sup>22</sup> AD é a abreviatura do termo “escola francesa de análise do discurso”, proposta por MAINGUENEAU.

<sup>23</sup> MAINGUENEAU, D, op cit.

<sup>24</sup> FOUCAULT, **Arqueologia ...**, op. cit., p. 13.

fontes, referindo-nos ao campo da História da Alimentação, sem prescindir do contexto político-institucional em que nossa pesquisa se move.

Como afirma ORLANDI, o texto do discurso é um espaço simbólico e por isso não é fechado em si mesmo, relaciona-se com o contexto e com outros discursos (textos)<sup>25</sup>. Identificamos o argumento de ORLANDI nos enunciados das reportagens sobre aleitamento materno, os quais estiveram de acordo com o contexto vivido pela sociedade naquele período, relacionados com o discurso da indústria de alimentos ou com o discurso oficial.

De acordo com ALVES, na análise de um documento, é preciso considerar não apenas o que está explícito no discurso, mas o que está subentendido, ou seja, a subjetividade do conteúdo. Além disso, é importante evidenciar não apenas os argumentos e razões colocados pelo autor, mas especialmente suas intenções e as ambigüidades contidas no texto.<sup>26</sup> Nas peças publicitárias analisadas, tivemos oportunidade, como demonstrado na parte 4 deste estudo, de identificar que as intenções do anunciante nem sempre eram expostas de modo claro, e tanto o texto das mensagens como as imagens despertavam o imaginário do leitor, transportando-o para situações distantes de seu cotidiano.

FOUCAULT aponta que, por mais simples e menos importante que um discurso e suas conseqüências nos pareçam, por mais superficial ou pouco entendido que o julguemos, “um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente”. As justificativas que ele estabelece para esse fato são as seguintes: embora o enunciado esteja ligado à escrita ou à palavra falada, está ligado também à existência de uma memória e a uma forma de registro (documentos manuscritos, livros, outras publicações); está sujeito à “repetição, à transformação, à reativação” e, por último, houve uma causa para sua enunciação, está ligado às conseqüências que pode incitar e a outros enunciados que o precedem ou que o seguem<sup>27</sup>.

Seguindo essa linha de raciocínio, podemos supor que a análise de um discurso está relacionada com a disciplina que a orienta. Desse modo, o mesmo

---

<sup>25</sup> ORLANDI, E. P. **A linguagem e seu funcionamento: as formas de discurso**. Brasiliense, 1983.

<sup>26</sup> ALVES, Paulo. Perspectivas acerca do método e técnica de análise dos discursos. **História**, São Paulo, v. 2, p. 33-37, 1983.

<sup>27</sup> FOUCAULT, M. **Arqueologia do Saber**. Petrópolis: Vozes, 1972 p. 40.

documento poderá ensejar diferentes análises de acordo com as referências que são feitas à história, à psicologia, à comunicação. Nesse sentido, as mensagens publicitárias que analisamos no decorrer desse estudo poderiam ser interpretadas sob o ponto de vista da comunicação, da semiótica, porém, para nós, interessa o contexto histórico em que foram produzidas.

FOUCAULT, mostra preocupação com o fato de que não devemos nos limitar, ao analisar um enunciado, aos aspectos puramente psicológicos, ou seja, com a intenção, o rigor do pensamento, os temas que o autor do discurso adota ou o projeto que dá significação à sua existência. Afirma que podemos apreender outros tipos de relações como: “relações dos enunciados entre si” (mesmo que sejam de autoria diferente, de autores que não se conhecem); “relações entre grupos de enunciados assim estabelecidos” (mesmo que as áreas de conhecimento desses grupos não sejam as mesmas ou as mais próximas; mesmo que o nível formal seja diferente entre os grupos); “relações entre enunciados ou grupos de enunciados e acontecimentos de uma ordem inteiramente diferente (como técnica, econômica, social e política)”.<sup>28</sup>

Em sua **Ordem do Discurso**, FOUCAULT aborda o que ele chama de “procedimentos de controle e delimitação do discurso” e, entre os diversos procedimentos que classifica como externos e internos, interessa-nos particularmente: “a vontade de verdade”, a “rarefação dos sujeitos que falam” e as “disciplinas”. O primeiro, um procedimento externo ou de exclusão, segundo ele, “apóia-se sobre um suporte institucional”, sendo (a vontade de verdade) “reforçada e reconduzida por todo um conjunto de práticas”, mas especialmente “pelo modo como o saber é aplicado em uma sociedade, como é valorizado, distribuído e de certo modo atribuído.”<sup>29</sup>

A **vontade de verdade** aplicou-se, em nosso estudo, na análise das reportagens e do saber médico sobre o alimentação infantil, especialmente em relação ao aleitamento, tanto materno como artificial, o modo como esses discursos foram incorporados pela imprensa leiga e disseminados nas publicações dirigidas ao público feminino, de camadas médias da população.

---

<sup>28</sup> FOUCAULT, M. **Arqueologia**.... p. 41

<sup>29</sup> FOUCAULT, M. **A Ordem do ...**, p.17

FOUCAULT argumenta que a vontade de verdade, apoiada num saber institucional, exerce pressão e coerção sobre os outros discursos<sup>30</sup>.

A **rarefação dos sujeitos que falam**, apontado por FOUCAULT como outro grupo de procedimentos de controle dos discursos, determina “as condições de seu funcionamento, de impor aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim de não permitir que todo mundo tenha acesso a eles.” A seguir, continua: “ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início qualificado para fazê-lo. Mais precisamente: nem todas as regiões do discurso são igualmente abertas e penetráveis” (...) <sup>31</sup>

As **disciplinas**, também considerado por FOUCAULT como outro princípio de limitação dos discursos. “Para que haja disciplina é preciso, pois, que haja possibilidade de formular, e de formular indefinidamente, proposições novas.”<sup>32</sup> Continua, argumentando que uma disciplina não constitui tudo o que pode ser dito de verdade ou o que pode ser aceito acerca de um mesmo dado e exemplifica com a medicina e a botânica. Nenhuma das duas é constituída ou pode ser definida como a soma de verdades sobre a doença (no caso da medicina) ou sobre as plantas (referindo à botânica).

Nos discursos que analisamos neste estudo, identificamos os **suportes institucionais** como sendo a medicina (esta também entendida como **disciplina**), a corporação médica e as organizações de saúde nacionais e internacionais, as quais exercem pressão e poder de coerção sobre a sociedade, através do conhecimento científico e/ou das normas por elas estabelecidas. Neste estudo, evidenciamos este poder sendo exercido também em relação à alimentação infantil. A **rarefação** pode ser aplicada àqueles sujeitos que detêm o poder do conhecimento e que falam pelas referidas instituições ou através delas.

FOUCAULT refere-se também à “sociedades dos discursos”, as quais produzem ou conservam discursos, difundindo-os e circulando-os em um espaço determinado, sob normas restritas e sem que os sujeitos que detêm o conhecimento sintam-se despossuídos. O segredo, a coerção e a exclusividade são características de algumas sociedades dos discursos. Cita alguns exemplos, como “o segredo

---

<sup>30</sup> Ibid., p.18

<sup>31</sup> FOUCAULT, **A Ordem do...**, p. 36-37

<sup>32</sup> Ibid., p. 31

técnico e científico, as formas de difusão e de circulação do discurso médico, os que se apropriam do discurso econômico ou político.”<sup>33</sup> A classe médica pode ser entendida como uma sociedade do discurso, em nosso estudo, porque detém um saber exclusivo que o marketing da indústria de alimentos utilizou para promover seus produtos.

Na primeira parte da tese, apresentamos e discutimos questões centrais relacionadas com os hábitos e práticas alimentares infantis. Para isso, com a ajuda da bibliografia pertinente, refletimos sobre os aspectos que contribuem para a formação e as mudanças dos hábitos alimentares, incluindo-se, aí, os aspectos históricos, culturais, sociais, econômicos, políticos, biológicos e emocionais. Destacamos que as mudanças na alimentação infantil estão também relacionadas com uma sociedade de consumo, onde, como outros produtos e serviços, os alimentos são ofertados em profusão, e o marketing encarrega-se de convencer os indivíduos a consumi-los.

Na segunda parte, abordamos a alimentação infantil no contexto histórico brasileiro, enfocando os fatores que determinaram a valorização da criança, os altos índices de mortalidade infantil e as soluções buscadas para a diminuição desses índices, entre elas, o aleitamento materno. Evidenciamos as questões econômicas, sociais e políticas que interferiram na criação de programas de assistência à infância, no período em estudo, com destaque para a saúde e alimentação.

Na terceira parte, demonstramos como as práticas do aleitamento - materno ou artificial - estiveram ao sabor do contexto, ou seja, a valorização ora de uma ora de outra estava relacionada com o momento histórico e cultural por que passava a sociedade. Também, procuramos mostrar como os discursos, com a finalidade de orientar ou influenciar as mulheres para a adoção de determinado tipo de aleitamento – materno ou artificial -, foram construídos em razão desse momento, a ponto de que, o que era válido num determinado espaço de tempo, deixara de ser no seguinte.

Na quarta parte, procuramos evidenciar como o avanço da indústria do leite em pó e de outros alimentos complementares foram paulatinamente substituindo a prática do aleitamento materno. Por meio da análise dos discursos publicitários, inseridos no contexto histórico, mostramos que a indústria colocava-se como

---

<sup>33</sup> FOUCAULT, **A ordem do...**, p. 41.

detentora da solução para todos os problemas de alimentação das crianças: apresentando-se como facilitadora das atividades maternas, ao divulgar sua linha de alimentos prontos ou semi-prontos, até tentando mostrar sua contribuição na diminuição dos índices de mortalidade infantil. Analisamos também a influência dos ideais preconizados para a sociedade, presentes na propaganda oficial do regime militar, na publicidade comercial.

## 1. HÁBITOS E PRÁTICAS ALIMENTARES INFANTIS: CULTURA E SOCIEDADE DE CONSUMO

Os hábitos alimentares podem mudar inteiramente quando crescemos, mas a memória e o peso do primeiro aprendizado alimentar e algumas formas sociais aprendidas através dele permanecem, talvez para sempre, em nossa consciência....

Sidney W. Mintz

Novas práticas e hábitos alimentares têm surgido em todo o mundo como resultado do avanço científico e tecnológico e da difusão cultural. A cada dia, um maior número de pessoas experimenta alimentos estranhos aos seus hábitos e à sua cultura. Contudo, alguns alimentos continuam sendo tradicionais em determinados países ou região, como, por exemplo, o arroz no Japão e na China, o pão preto na Rússia, as massas na Itália, sendo praticamente inimaginável que esses países passem a dispensá-los. Como expressa MINTZ “os comportamentos relativos à comida podem, às vezes simultaneamente, ser os mais flexíveis e os mais arraigados de todos os hábitos”.<sup>1</sup> FLANDRIN e MONTANARI explicam que, se a maneira de preparar os alimentos é diferente entre os povos, isso se deve às diferenças econômicas, culturais e tecnológicas existentes entre eles<sup>2</sup>.

Os hábitos alimentares expressos na forma de selecionar, preparar e ingerir os alimentos constituem-se “na própria imagem da sociedade” e podem ser reelaborados em razão da classe, do estilo de vida e do gosto, determinados pelo “habitus” desta sociedade.<sup>3</sup>

A noção de “habitus” como um sistema de “disposições duráveis”, foi desenvolvida por BOURDIEU<sup>4</sup>. Sua existência é o resultado de um processo de aprendizado, do contato dos agentes sociais com diversos tipos de estruturas

---

<sup>1</sup> MINTZ, S. W. Comida e antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, vol. 16, nº 7, p. 31-41, 2001.

<sup>2</sup> FLANDRIN & MONTANARI, op. cit.

<sup>3</sup> BONIN, A. A.; ROLIM, M. C. Hábitos alimentares: tradição e inovação. **Boletim de antropologia**. Curitiba: UFPR, v. 4, n. 1, p. 75, 1991.

<sup>4</sup> BOURDIEU, P. **Esboço de uma teoria da prática**. São Paulo: Celta Editora, 2002.

sociais. O “habitus” produzido, adquirido e vivido no ambiente familiar, constitui, para ele, o princípio da recepção e da apreciação de toda experiência ulterior, ou seja, de toda a vida.

Hábito alimentar, para GARCIA, designa de forma simplificada, “um elenco de alimentos habituais na dieta de grupos ou populações.” A autora esclarece que o termo tem sido criticado porque reduz a alimentação a uma prática inconsciente, mecânica e fora do contexto como o hábito de fumar, por exemplo.<sup>5</sup> Definido dessa forma, hábito alimentar pode parecer uma expressão reducionista, porém, quando consideramos a complexidade social, cultural, psicológica, biológica, seu significado extrapola uma simples listagem de alimentos que fazem parte do cotidiano de um indivíduo ou grupo social. Nesse sentido, utilizamos os termos hábitos alimentares infantis, entendendo não somente um elenco de alimentos consumidos pelas crianças, mas todas as variáveis que compõem o processo relacionado com a escolha e o consumo desses produtos. Estabelecemos conexão também com o conceito de BOURDIEU<sup>6</sup>, pois sendo produzidos e vividos no ambiente familiar, esses hábitos serão refletidos nas experiências alimentares posteriores, até a vida adulta. Como argumentam BONIN e ROLIM, “os indivíduos tendem a ficar identificados a hábitos alimentares de sua infância: alimentos que eles se habituam a comer desde tenra idade e se estendem ao longo da vida, cotidianamente.”<sup>7</sup>

Embora, em alguns estudos, hábitos e práticas alimentares sejam tratados como sinônimos, GARCIA, considera essas últimas como “aspectos concretos da alimentação, empiricamente observáveis.”<sup>8</sup> Para ela, essas práticas são entendidas como os procedimentos relacionados à preparação do alimento para seu consumo, incluindo-se também tudo o que está relacionado com o modo de comer e com o que se come, estando presentes, nessas ações, a identidade cultural, a condição social e econômica, a religião, a memória familiar<sup>9</sup>. Percebemos que hábitos e práticas alimentares não são antagônicos e sim componentes de um mesmo

---

<sup>5</sup> GARCIA, R. W. D. **A comida, a dieta, o gosto: mudanças na cultura alimentar urbana.** São Paulo, 1999. Tese (Doutorado em Psicologia). Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, p. 19

<sup>6</sup> BOURDIEU, op. cit.

<sup>7</sup> ROLIM; BONIN, op. cit., p. 76

<sup>8</sup> GARCIA, op. cit., p.12

<sup>9</sup> GARCIA, R. W. D. Representações sociais da comida no meio urbano: algumas considerações para o estudo dos aspectos simbólicos da alimentação. **Cadernos de Debate**, ano II, n. 2, p. 12-40, 1994.

processo. Como afirma BOURDIEU, “as práticas produzem as estruturas do habitus”<sup>10</sup>, o que neste estudo, entendemos como aplicável ao aleitamento.

Consideramos o aleitamento materno ou artificial como práticas alimentares por tratar-se de um tipo de alimentação não escolhida pela criança, essencialmente temporária e que contribuem para a formação de futuros hábitos. Tratam-se de práticas exercidas pela mãe, ou por outra pessoa responsável pela alimentação do lactente. Diferente dos alimentos que compõem o hábito alimentar dos indivíduos, a prática do aleitamento não se perpetua, ao contrário, seu tempo de duração é breve, podendo durar alguns dias, meses ou alguns anos, variando de acordo com a cultura, com as condições sociais, econômicas, com a disponibilidade da mãe, entre outros fatores.

Porém, mesmo considerando o aleitamento como uma prática que não se perpetua, ela contribui para a composição da “matriz de percepções, de apreciações e de ações”<sup>11</sup> que serão refletidas nas experiências alimentares posteriores. Essas experiências serão diferentes, dependendo se a prática experimentada foi o aleitamento materno ou o aleitamento artificial. No primeiro caso, o leite humano oferecido à criança, nos primeiros meses de vida, propicia o desenvolvimento de um gosto diferenciado, pois seu sabor modifica-se de acordo com a dieta da mãe. Esse contato precoce com sabores diferenciados do leite materno, favorece a introdução e a aceitação de outros alimentos na dieta da criança, contribuindo desse modo para formação de seus hábitos alimentares futuros. Como afirmam BEAUCHAMP & MENELLA, os sabores do leite humano “refletem diretamente os alimentos e condimentos (...) consumidos pela mãe e fornecem ao lactente o potencial para uma rica fonte de experiências quimiosensoriais variáveis”<sup>12</sup>. No aleitamento artificial, a criança tem contato com um leite – no caso, o leite em pó - que, por apresentar um sabor constante, restringe a possibilidade da experiência com sabores variados, o que poderá dificultar a aceitação de outros alimentos, no momento oportuno.

Portanto, são diversos os fatores que contribuem tanto para a formação, quanto para as mudanças dos hábitos e práticas alimentares. Mesmo antes de nascer, o ser humano já está exposto a condições que influenciarão sua preferência

---

<sup>10</sup> BOURDIEU, op. cit., p. 166.

<sup>11</sup> Termos empregados por BOURDIEU, id.

<sup>12</sup> BEAUCHAMP, G. K; MENELLA, J. A. Períodos sensíveis no desenvolvimento da percepção dos sabores e na sua escolha pelo ser humano. **Anais Nestlé**, vol. 57, 1999, p. 25.

por determinados alimentos. O ato de comer nasce com o homem, pois ao sentir fome o bebê chora e é alimentado. Seu contato com o mundo é feito por meio da repetição desse processo, por isso aprende que o ambiente satisfaz suas necessidades. Desde o nascimento, a alimentação, a tranqüilidade e a sensação de bem-estar estão profundamente interligadas: ao manifestar fome por meio do choro e obter a resposta do ambiente com a oferta do alimento, a criança relaxa. A experiência da alimentação proporciona interações e sentimentos que contribuem para a percepção humana de segurança<sup>13</sup>.

Geralmente, o leite, materno ou não, é o primeiro alimento que o ser humano experimenta. Aos poucos, vai sentindo o gosto de outros alimentos que lhe são oferecidos, e a qualidade e variedade dessa oferta dependerão dos conhecimentos que a mãe tem sobre a alimentação infantil, da disponibilidade de alimentos, dos hábitos alimentares da família, de possíveis mitos e tabus, da representação de cada alimento na vida das pessoas que estão envolvidas com a criança, enfim, da cultura de várias gerações.

Assim, durante os primeiros anos de vida, o principal elemento de interação entre pais e filhos é a alimentação. É nesse período que as crianças aprendem o que e quando comer, por que certas substâncias são comestíveis e outras não, a combinação de alimentos e sabores, o que sempre está relacionado com a cultura de seu grupo social. Esse processo de experimentação e aprendizagem resulta na incorporação, pela criança, do hábito alimentar da família.

Portanto, desde o nascimento, a criança “se acha em contato com os sabores e texturas que caracterizam a alimentação de seu grupo” e recebe, a partir daí, “a marca de sua cultura.”<sup>14</sup>

Para GERBER, as pessoas que alimentam bebês e crianças inspiram-se nas práticas culinárias de suas histórias familiares presentes e passadas. As mensagens sensoriais e lingüísticas, regidas tanto pela fisiologia e pela química, como pelo imaginário que acompanha toda a alimentação, estabelecem trocas entre adultos e crianças, formando uma identidade biológica e simbólica. Para essa autora, o olfato

---

<sup>13</sup> BARROS, D. I. M. **Formação de hábitos alimentares**: estudo em crianças do nascimento até 6 meses. São Paulo, 1996, 257 f. Tese (Doutorado em Ciências – Área Nutrição). Universidade Federal de São Paulo.

<sup>14</sup> GARINE, I. Alimentação, culturas e sociedade. **O Correio**. Rio de Janeiro: FGV, n. 7, p. 5, jul.1987.

e a gustação participam dos processos que estruturam o ser humano, a partir do nascimento. São os alimentos e o afeto que sustentam o bebê e o capacitam a ocupar, progressivamente, seu lugar de sujeito na família e no seu ambiente<sup>15</sup>. A relação alimento e afeto é tão estreita que a carência nutricional ou, especificamente, a desnutrição infantil, freqüentemente, está associada à carência afetiva.

Como argumenta MINTZ, quando adulto, o ser humano pode ter seus hábitos alimentares totalmente modificados, mas a memória e a importância dos primeiros contatos e aprendizados alimentares podem permanecer para sempre<sup>16</sup>.

A flexibilidade dos hábitos alimentares na sociedade contemporânea, sem dúvida, é conseqüência da internacionalização da cultura ocorrida no século XX, através de uma progressão contínua, com maiores avanços e definições depois da Segunda Guerra<sup>17</sup>.

De fato, no último século, o mundo passou por transformações em todas as áreas do conhecimento e do relacionamento entre os povos. HOBBSAWM chama o período de 25 a 30 anos, posterior à Segunda Guerra, de “Era do Ouro”, em razão de seu extraordinário crescimento econômico e transformação social, e afirma que, “para 80% da humanidade, a Idade Média acabou de repente em meados da década de 1950; ou melhor, *sentiu-se* que ela acabou na década de 1960”<sup>18</sup>, tamanha a magnitude, a rapidez e a universalidade dessas transformações.

Ao analisar os principais fatores que contribuem para a origem, permanências e transformações das práticas e hábitos alimentares infantis, é preciso incluir aqueles relacionados com a fisiologia do organismo e que são também influenciados pela cultura, como também as mudanças que marcaram o surgimento da sociedade de consumo e a caracterizam.

---

<sup>15</sup> GERBER, S. Enfance, médecine et cuisines. **Revue des Sciences Sociales**. Strasbourg: Université Marc Bloch, n<sup>o</sup> 27, 2000.

<sup>16</sup> MINTZ, op cit.

<sup>17</sup> ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

## 1.1 O SABOR, O GOSTO E A PREFERÊNCIA NA FORMAÇÃO DE HÁBITOS E PRÁTICAS ALIMENTARES

O sabor, o gosto e a preferência são determinantes na escolha de um alimento, portanto, na formação dos hábitos alimentares. O conceito popular de **sabor** inclui a percepção da combinação de gosto, cheiro e textura, aliada a um componente prazeroso ou hedônico. **Preferência** implica a escolha de um entre dois ou mais alimentos. Uma pessoa pode preferir lagosta em vez de frango, porém consome frango em razão do preço ou da sua disponibilidade. **Gosto**, que pode ser medido por meio de escalas verbais (gosta muito, gosta pouco, desgosta), refere-se a uma resposta afetiva ao alimento e constitui um determinante da preferência<sup>19</sup>.

Estudiosos da área biológica<sup>20</sup> concluíram que o primeiro contato do ser humano com os sabores (odores e gosto) acontece ainda no útero materno, por meio do líquido amniótico. Posteriormente, esses sabores são transmitidos pelo leite materno e também por outros alimentos, à medida que estes são introduzidos na alimentação da criança. Para esses estudiosos, o feto é sensível às escolhas dietéticas da mãe, e uma possível confirmação dessa sensibilidade pode ser percebida pela preferência pelo alho, demonstrada por bebês cujas mães ingeriram esse alimento durante a gravidez, diferentemente daqueles cujas mães não o haviam ingerido. Da mesma maneira, afirmam que a preferência pelo sabor doce é inata, tendo por isso uma aceitação mais universal que outros sabores, como o salgado, o amargo, o azedo, o picante.

Como aponta GARINE, a herança cultural atua sobre o homem muito precocemente, pois o desenvolvimento do feto é influenciado pelos padrões dietéticos da mãe, os quais são produtos da cultura<sup>21</sup>.

A maioria das culturas apresenta uma atração pelo sabor doce e, em muitos idiomas, a palavra que designa o doce é empregada para designar o prazer, nomear o que é bom ou, ainda, indicar certas qualidades morais. A preferência pelo doce

---

<sup>18</sup> HOBBSAWM, E. **A era dos extremos: o breve século XX 1914-1991** São Paulo: Cia das Letras, 1995, p. 283.

<sup>19</sup> ROZIM, P. Perspectivas psicobiológicas sobre las preferencias y aversiones alimentarias. In: CONTRERAS, J. (comp.) **Alimentacion y culturas: necesidades, gustos y costumbres**. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995, p. 85-109.

<sup>20</sup> Ver BEAUCHAM, G. K; MENELLA, J. A., op. cit.

<sup>21</sup> GARINE, I. Los aspectos socioculturales ... , op. cit.

está relacionada ao fato de que a maioria dos alimentos que apresentam um sabor doce constitui uma boa fonte calórica. Os alimentos com maior densidade energética, isto é, aqueles que combinam açúcar e gordura são os mais palatáveis e, geralmente, aceitos em todas as faixas etárias e grupos culturais. Esta seria a explicação para o desejo humano universal em consumir alimentos com alto teor de açúcar e gorduras<sup>22</sup>.

O sabor passou a ser fabricado, em meados do século XIX, quando teve início o processamento de alimentos em grande escala. No começo do século XX, a liderança tecnológica na produção de sabores foi assumida pela indústria química alemã que, depois da Segunda Guerra, estabeleceu-se em Nova Jersey - EUA. Os aditivos manufaturados de sabor foram usados na panificação, na produção de bolos, doces e refrigerantes até meados da década de 50, quando o comércio de alimentos processados teve um crescimento considerável.<sup>23</sup>

O gosto por determinado alimento ou preparação tem origens bastante complexas e está relacionado com a cultura, podendo-se modificar com a escassez ou abundância, com a descoberta de novas tecnologias e conhecimentos científicos, com a circulação de produtos e pessoas, com a migração e a miscigenação de povos e, se considerarmos as devidas proporções, esses fatores são válidos para todas as populações em todas as épocas.

No senso comum, o gosto tem um significado muito mais amplo do que a expressão de um sentido. FLANDRIN refere ao “bom gosto”, conceito que surgiu no século XVII, para designar a aptidão por distinguir o belo do feio nas obras de arte, o que significava que, além do grande interesse pelas belas artes que se multiplicaram ao longo desse período, havia uma preocupação com o gosto do que as pessoas, especialmente da elite, comiam e se permitiam discutir a respeito<sup>24</sup>.

Para FISCHLER, os gostos ou aversões inatos podem ser modificados pela influência social ou cultural. Cita, como exemplo, a pimenta roxa, que provoca uma

---

<sup>22</sup> DREWNOWSKI, A. Palatabilidade e saciedade: modelos e medidas. **Anais Nestlé**, vol. 57, p 35-46, 1999.

<sup>23</sup> SCHLOSSER, E., op. cit.

<sup>24</sup> FLANDRIN, J.L. Preferências alimentares e arte culinária (séculos XVI-XVIII). In: FLANDRIN & MONTANARI, op. cit., p. 640-666.

sensação dolorosa na boca por causa de uma substância chamada capsicina, porém, em várias culturas, é muito bem tolerada e muitas vezes indispensável<sup>25</sup>.

A familiaridade na determinação das preferências, pelas crianças foi o elemento mais importante encontrado nas pesquisas desenvolvidas por BIRCH. Por não ser uma característica do alimento, mas sim da experiência da criança com aquele alimento específico, a familiaridade foi um achado extremamente importante. “Em geral, descobrimos que, se as outras condições permanecem inalteradas, as crianças tendem a preferir alimentos que lhes são familiares em detrimento dos que lhes são estranhos”.<sup>26</sup> Acreditamos que esse fato é relevante porque concretiza a importância da cultura do grupo social em que a criança está inserida, na continuidade ou na permanência dos hábitos alimentares.

Já a socialização da criança pode ter efeitos contrários nas práticas alimentares da família; quando em situações de migração ou de minorias culturais as crianças adquirem práticas pertencentes ao grupo com o qual estão em interação e as transportam para o grupo familiar<sup>27</sup>.

Com o conhecimento de que as preferências alimentares se formam no início da vida, as crianças podem aprender a gostar de comidas saudáveis, com pouco tempero, sem aditivos e corantes, como também aprendem a gostar de preparações apimentadas e condimentadas, de *fast foods*, de frituras, salgadinhos, dependendo do que seu grupo social come e das estratégias de marketing das empresas que produzem esses alimentos. Através do marketing, muitas vezes dirigido ao segmento infantil, as empresas têm o poder de induzir o consumo, pelas crianças, de uma grande variedade de alimentos, tendo uma participação decisiva na formação de novos hábitos alimentares, pela população.

Como afirma SCHLOSSER, os sabores conhecidos na infância deixam uma marca indelével na memória dos adultos que retornam a eles, sobretudo motivados pelas mensagens publicitárias que as empresas de alimentos promovem<sup>28</sup>. Essas memórias infantis levam usuários adultos a retornarem com grande frequência à lanchonetes de uma determinada cadeia de *fast food*, ou a consumir doces,

---

<sup>25</sup> FISCHLER, op. cit.

<sup>26</sup> BIRCH, L. L. Os padrões de aceitação do alimento pelas crianças. **Anais Nestlé**, vol. 57, 1999, p. 13.

<sup>27</sup> FISCHLER, op. cit.

<sup>28</sup> SCHLOSSER, op. cit.

chocolates, biscoitos, salgadinhos, refrigerantes, sorvetes, de uma determinada marca.

Se uma pessoa gosta de determinado alimento, geralmente, as qualidades sensoriais (sabor, odor, aparência) desse alimento são agradáveis e lhe causam prazer. Uma pessoa com conhecimento em nutrição pode preferir uma fruta em vez de sorvete, como sobremesa, embora goste mais desse último. As pessoas têm tendência a comer o que preferem e a preferir o que gostam. Assim, embora a disponibilidade, o preço e a conveniência apareçam como determinantes críticos do uso, não o são da preferência ou do gosto. A característica “alimento saudável” pode ser decisiva para a preferência de seu consumo, porém pode ter pouco a ver com o gosto.

São vários os fatores que interferem na gênese do gosto alimentar de um indivíduo. Como explicita SANTOS:

o gosto alimentar é determinado não apenas pelas contingências ambientais e econômicas, mas também pelas mentalidades, pelos ritos, pelo valor das mensagens que se trocam quando se consome um alimento em companhia, pelos valores éticos e religiosos, pela transmissão inter-geração (de uma geração à outra) e intra geração (a transmissão vem de fora, passando pela cultura no que diz respeito às tradições e reprodução de condutas) e pela psicologia individual e coletiva que acaba por influir na determinação de todos estes fatores.<sup>29</sup>

Ao comer, o homem exterioriza-se e exerce uma posição na sociedade, por isso as escolhas alimentares estão influenciadas pela busca de prestígio, que ocorre tanto entre indivíduos, como entre grupos sociais e entre sociedades tradicionais que sofrem a influência das sociedades urbano-industriais<sup>30</sup>.

Novas formas de sociabilidade foram provocadas pelas mudanças na economia causadas pelo marketing, que nos últimos 50 anos privilegiou o consumo em detrimento da produção. Nesse contexto, surge a figura do consumidor, “aquele indivíduo que, na situação de mercado, compra e vende mercadorias, num processo infinito de satisfação de suas necessidades”<sup>31</sup> Entre essas necessidades, a alimentação ocupa um lugar de destaque, tanto por uma questão de sobrevivência e manutenção da saúde, como pelas relações históricas, sociais e econômicas que dela derivam.

---

<sup>29</sup> SANTOS, op cit., p. 162

<sup>30</sup> GARINE, I. Alimentação, culturas..., op. cit.

## 1.2 SOCIEDADE DE CONSUMO E AS MUDANÇAS NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

As mudanças na alimentação infantil estão relacionadas também com o avanço do consumo que caracteriza a sociedade capitalista, e os objetos, os bens materiais e os serviços são ofertados em profusão e o marketing encarrega-se de convencer os indivíduos a consumi-los. Inúmeras formas de alimentos foram produzidas pela indústria, no período em estudo, tendo como objetivos o consumo e a formação de um novo hábito alimentar nas crianças e, com ele, a criação de uma nova necessidade a ser satisfeita, possivelmente, até a vida adulta.

O consumo começou a expandir-se à medida que o processo industrial se desenvolvia e a modernidade<sup>32</sup> avançava. Para ORTIZ, a modernidade rompe as fronteiras geográficas entre as classes sociais, entre as culturas erudita e popular, permitindo a mobilização e a circulação de mercadorias, objetos e pessoas. Se, no Antigo Regime, o ato de comprar era segmentado e vinculado à estrutura das classes sociais, com a modernidade, as compras são feitas com liberdade, condicionadas ao poder aquisitivo do consumidor e não presa às tradições. Embora a modernidade seja fruto do Ocidente, ela rompeu sua territorialidade e foi assimilada por culturas orientais, como, por exemplo, o Japão. Para esse mesmo autor, a modernidade, que se caracteriza pela mobilidade, acabou com a fixidez dos hábitos e práticas alimentares<sup>33</sup>.

Se a modernidade eliminou as fronteiras geográficas, interligando povos e cultura, podemos considerá-la como a “mãe” da globalização, uma vez que esta, de acordo com GIDDENS, intensifica as relações sociais mundiais, ligando localidades distantes, de modo que acontecimentos que ocorrem a milhas de distância são modelos para acontecimentos locais e vice-versa<sup>34</sup>.

Para BAUDRILLARD, os produtos materiais são apenas objeto da necessidade, da satisfação e não objeto de consumo, pois argumenta: “em todos os tempos comprou-se, possuiu-se, usufruiu-se, gastou-se – e contudo não se

---

<sup>31</sup> BONIN, A M.; ROLIM, M. C. op.cit., p. 82

<sup>32</sup> O termo aqui empregado refere-se ao conceito de FEATHERSTONE, op cit., p. 21: “uma qualidade de vida moderna, induzindo um sentido de descontinuidade do tempo, de rompimento com a tradição, o sentimento de novidade e sensibilidade para com a natureza contingente, efêmera e fugaz do presente.”

<sup>33</sup> ORTIZ, R. **Mundialização e ...**, op. cit.

<sup>34</sup> GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. 2. ed. São Paulo: Unesp, 1991.

*consumiu*". As festas que ocorreram tanto nos tempos antigos como nos medievais e mesmo o luxo da burguesia do século XIX não pertenciam, segundo o autor, ao consumo. Se hoje utilizamos esse termo, não é porque comemos mais e melhor ou porque dispomos de mais aparelhos, pois o conceito de consumo não é definido pelo volume de bens ou pela satisfação de nossas necessidades, nem pelo conteúdo das imagens, das mensagens, mas pela "organização de tudo isso em substância significativa", ou seja: "o consumo, pelo fato de possuir um sentido, é uma atividade de manipulação sistemática de signos."<sup>35</sup> Para que se torne um objeto de consumo, é preciso que se torne signo.

Nesse sentido, o consumo não deve ser entendido apenas como o consumo de produtos materiais ou de valores de uso, mas principalmente como o consumo de signos.

O discurso sobre as necessidades na sociedade de consumo apóia-se na felicidade como sua referência, "revelando-se como o equivalente autêntico da *salvação*."<sup>36</sup> A noção de felicidade, aqui referida, não é aquela compreendida como uma tendência natural de cada ser humano pela busca da realização, como "fruição total e interior", independente de signos ou de "necessidade de provas" para manifestar-se e sim, como força ideológica histórica e social que se traduz, nas sociedades modernas, como o "mito da Igualdade".<sup>37</sup>

Desse modo, a felicidade proposta pelo consumo, segundo BAUDRILLARD, distancia-se dos princípios da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão que reconhece o direito individual à Felicidade. O autor critica a "Revolução do Bem-Estar" como herdeira da "Revolução Burguesa" ou de qualquer outra que coloca como princípio a igualdade entre os homens, porém não consegue realizá-la.

O princípio democrático acha-se então transferido de uma igualdade real, das capacidades, responsabilidades e possibilidades sociais, da felicidade (no sentido pleno da palavra) para a igualdade diante do objecto e outros signos *evidentes* do êxito social e da felicidade. É a *democracia do "standing"*, a democracia da TV, do automóvel e da instalação estereofônica, democracia aparentemente concreta, mas também inteiramente formal, correspondendo para lá das contradições e desigualdades sociais à democracia formal inscrita na constituição.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> BAUDRILLARD, **O sistema ...**, op. cit.

<sup>36</sup> BAUDRILLARD, **A sociedade ...**, op. cit. p. 47.

<sup>37</sup> Id.

<sup>38</sup> Ibid, p. 48.

Ao abordar a questão da publicidade, na sociedade de consumo, BAUDRILLARD argumenta que não é o discurso retórico ou informativo acerca das características do produto que persuadem o consumidor a adquiri-lo, mas a temática de proteção, de gratificação que o remete à imagem da mãe, informando-o sobre seus próprios desejos. Para esse autor, a publicidade, ao divulgar as qualidades de um produto, procura demonstrar que todos os recursos da tecnologia e todos os benefícios da revolução industrial foram utilizados na fabricação do produto para que corresponda à personalidade e realização dos anseios do indivíduo. “Uma das primeiras reivindicações do homem no seu acesso ao bem-estar é a de que alguém se preocupe com seus desejos, com formulá-los e imaginá-los diante de seus próprios olhos”<sup>39</sup>. Desse modo, ao adquirir um produto, o indivíduo vê seu desejo concretizado ou materializado.

Dessa maneira, o produto deixa de ser valorizado pelas suas qualidades intrínsecas, sendo, cada vez mais, julgado pelo interesse que o fabricante demonstra pela existência do indivíduo e pela atenção que dispensa ao público consumidor<sup>40</sup>.

Outro elemento que BAUDRILLARD aponta na sociedade de consumo é a “personalização” do objeto, isto é, os objetos com a mesma finalidade são oferecidos em diferentes modelos ou tipos e nesse contexto, é dada ao indivíduo a possibilidade de escolha de acordo com seu gosto ou com sua personalidade. Diz que a escolha é proporcionada ao consumidor como uma “graça coletiva e como signo de uma liberdade formal.”

Ao multiplicar os objetos, a sociedade desvia para eles a faculdade de escolher e neutraliza assim o perigo que sempre constitui para ela esta exigência pessoal. Fica claro a partir daí que a noção “personalização” é mais do que um argumento publicitário: é um conceito ideológico fundamental de uma sociedade que visa, “personalizando” os objetos e as crenças, integrar melhor as pessoas.<sup>41</sup>

E o que percebemos é que, contrariamente ao que é divulgado, a publicidade uniformiza as pessoas. A maioria dos indivíduos passa a consumir objetos idênticos. Basta observar uma avenida movimentada: os automóveis com desenhos, modelos, linhas semelhantes; em quase todos, a mesma cor. Do mesmo

---

<sup>39</sup> BAUDRILLARD, **O sistema** ... op. cit., p. 183.

<sup>40</sup> Id.

<sup>41</sup> Ibid, p. 149

modo, o vestuário: no período em estudo, o jeans era o “uniforme”, especialmente dos mais jovens.

FEATHERSTONE, ao discorrer sobre a teoria da cultura de consumo, identifica três concepções sobre o tema: a primeira é a de que a cultura de consumo tem como origem a expansão da produção capitalista de mercadorias, que promoveu a “acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo”, o que resultou na importância crescente de atividades de lazer e de consumo das sociedades ocidentais contemporâneas; a segunda concepção está relacionada com o fato de que as pessoas se utilizam dos produtos para estabelecer vínculos ou distinções sociais; e a terceira está ligada aos prazeres emocionais, à realização de sonhos e desejos do imaginário popular consumista, por meio da aquisição de objetos e em determinados locais de consumo<sup>42</sup>.

De fato, se analisarmos a evolução do consumo nos últimos 50 anos, mesmo que de uma maneira bastante genérica, identificaremos essas concepções no movimento que leva os indivíduos, de uma forma quase universal, ao consumo, buscando a felicidade em cada objeto adquirido.

O auge da expansão do consumo teve início, no mundo ocidental, a partir do final da década de 40 e início da década de 50, ou seja, logo depois da Segunda Guerra. Nesse período, os Estados Unidos lideraram o consumo, conheceram um crescimento econômico sem paralelo, e a maior parte da população americana conseguiu uma situação tão próspera que as lembranças dos anos de depressão ficaram esmaecidas. A produção industrial de automóveis e outros bens duráveis não era suficiente para atender à demanda dos consumidores.

Embora o processo de desenvolvimento da indústria automobilística nos EUA tenha sido anterior à Segunda Guerra, a Europa, os países socialistas e de Terceiro Mundo só foram atingidos depois dela. Por exemplo, em 1938, havia na Itália cerca de 750 mil carros e, em 1975, esse número aumentou para 15 milhões<sup>43</sup>. Nos EUA, surge uma nova cultura, pela qual o carro deixou de ser um luxo e inaugurou um novo estilo de vida ao inspirar novidades tais como o primeiro motel do mundo e a primeira lanchonete *drive-in*<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup> FEATHERSTONE, op. cit., p.31.

<sup>43</sup> HOBBSAWM, op. cit.

<sup>44</sup> SCHLOSSER, op cit.

Ainda que a “Era do Ouro” tenha sido vivida principalmente pelos países capitalistas desenvolvidos, o mundo todo sentiu seus efeitos, seja pelo crescimento econômico para algumas regiões, seja pela manutenção ou aumento da pobreza e atraso para outras. A industrialização desenvolvia-se tanto nos países do Primeiro como nos do Terceiro Mundo. A produção mundial de manufaturas quadruplicou no período de 20 anos – entre 1950-1970 -, e o comércio mundial desses produtos aumentou dez vezes<sup>45</sup>.

Na década de 50, o chamado *baby boom*, ou seja, o grande aumento da natalidade, aliado a um vertiginoso crescimento dos subúrbios nas metrópoles americanas, serviu de estímulo para a indústria de bens de consumo aumentar sua produção de refrigeradores, máquinas de lavar roupa, de lavar pratos e de outros eletrodomésticos, que equiparam as cozinhas em todo o país. A família média americana possuía dois automóveis, e a última tecnologia em termos de diversão e lazer – a televisão - passou a ser a realização de um sonho para os consumidores. A revolução científica e tecnológica foi o grande fator que impulsionou o desenvolvimento econômico, modificando o cotidiano das populações de países ricos e também dos mais pobres, reforçando a diferença entre as economias de mercado e aumentando e estimulando o consumo em massa.

O rádio em tamanho miniatura podia ser levado aos recantos mais distantes do mundo, e a televisão integrou regiões ao difundir culturas e modos de vida. Além dessas, outras novidades tecnológicas surgiram, representadas por inúmeros produtos como discos de vinil, relógios digitais, calculadoras, eletrodomésticos<sup>46</sup>. O “novo” passou a ser sinônimo de moderno, que se aplicou também ao ritmo de vida e à modificação de costumes arraigados.

Em 1964, a IBM lançou sua terceira geração de computadores ordenadores empregando o circuito integrado, possibilitando a comunicação via satélite, os mais modernos engenhos balísticos e a chegada do homem à Lua. A conquista da Lua, pelos americanos, foi vista por 520 milhões de espectadores no mundo inteiro, graças à televisão, que colocou a sociedade em contato não apenas com as

---

<sup>45</sup> HOBBSAWM, op cit.

<sup>46</sup> Id.

notícias, mas com as imagens dos acontecimentos, muitos deles, no momento em que aconteciam<sup>47</sup>.

Nesse contexto, o estilo de vida americano serviu de modelo para países como o Brasil que, passando por uma série de transformações relacionadas com o desenvolvimento econômico - como o crescimento industrial e urbano, aumento dos salários e da oferta de empregos –, diversificou seu padrão de consumo através da procura e aquisição, pela famílias, dos produtos duráveis mais acessíveis e desejados.

Como aconteceu nos países desenvolvidos e em desenvolvimento - e por motivos já abordados -, no Brasil, a maior parte dessas transformações teve início na década de 50, através da combinação das tendências do sistema econômico brasileiro com as do sistema capitalista mundial, sob a hegemonia dos Estados Unidos. Especialmente na segunda metade da década de 50, no governo Juscelino Kubitschek, houve um crescimento de diversos setores da economia, porém o setor industrial cresceu em termos relativos e absolutos, quando comparado a outros setores, a ponto de, em 1958, ter ultrapassado o maior índice de crescimento dos anos anteriores, o que ocorreu em 1946. Nesse período, pela primeira vez, a renda gerada pela indústria superou a renda da agricultura. Criaram-se novos setores industriais, outros expandiram-se e modernizaram-se, como as áreas de energia, transportes, indústria de base e alimentação<sup>48</sup>. Entre 1955 e 1961, o valor da produção industrial, descontados os valores de inflação, cresceu em 80%, e as porcentagens maiores concentraram-se na indústria de material de transporte (600%), de eletricidade e comunicação (380%), mecânicas (125%) e do aço (100%)<sup>49</sup>.

Sob a égide do modo de produção capitalista no Brasil, como expressão do capitalismo mundial, desenvolveram-se as relações de produção e o conjunto da estrutura social. Novas formas de pensar, novas possibilidades de ação, padrões de comportamento peculiares às relações de produção surgidas com o desenvolvimento industrial e a expansão do comércio influenciaram os debates

---

<sup>47</sup> PAES, M. H. S. **A década de 60: rebeldia, repressão e contestação política**. São Paulo: Ática, 1992.

<sup>48</sup> IANNI, O. Estado e planejamento econômico no Brasil. 6<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

<sup>49</sup> FAUSTO, B. **História do Brasil**. 8<sup>a</sup> ed. São Paulo: Edusp, 2000.

políticos, científicos e artísticos realizados nos centros urbanos do país. A cidade passou a superar o campo no sentido de que a indústria passou a dominar, “como categoria econômica, política e cultural”, o pensamento e ação das elites governantes e das classes sociais desses centros<sup>50</sup>.

O surgimento de uma nova classe média brasileira foi outra decorrência do crescimento industrial, a qual se integrou ao processo produtivo e era composta por uma grande variedade de profissões, incluindo tanto os funcionários públicos como os liberais, técnicos, administradores de empresa, assessores, empregados de escritório, de empresas prestadoras de serviços à indústria e ao comércio, vendedores, operários especializados e outros. A classe média tradicional não participava do processo produtivo e era constituída por funcionários públicos, profissionais liberais, alguns empregados de escritório e lojas<sup>51</sup>.

Essa nova classe média passou a ser a grande consumidora dos produtos industrializados. De acordo com CASTRO, houve um enorme crescimento, diversificação e modernização no consumo popular no Brasil no período de 1960 a 1980, a tal ponto que, no início do período, 9,5% dos domicílios urbanos possuíam televisor e 23% geladeira e, no final do período, ou seja, em 1980, esses números saltaram, respectivamente, para 73% e 66%<sup>52</sup>.

Para que esse aumento no consumo de eletrodomésticos e de toda a tecnologia que aos poucos invadia os lares brasileiros se concretizasse, anúncios desses produtos eram dirigidos à população, pelos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão e revistas de grande circulação, como aquelas dirigidas ao público feminino. “Páginas e páginas de propagandas de produtos de limpeza, eletrodomésticos e de higiene convidavam homens e mulheres a fazerem parte da modernidade que acenava para os anos 60”<sup>53</sup>. Consumir significava fazer parte dessa modernidade e ser reconhecido como tal.

O consumo de alimentos, também, passou por transformações significativas depois da Segunda Guerra. Até então, as refeições eram feitas nos lares, o grande

---

<sup>50</sup> IANNI, op cit., p. 177.

<sup>51</sup> PEREIRA, L. C. B. Desenvolvimento e crise no Brasil. 13 ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

<sup>52</sup> CASTRO, A. B. Consumo de massas e retomada de crescimento. In: VELLOSO, J. P. R. (Coord.) A nova estratégia industrial e tecnológica: o Brasil e o mundo da III Revolução Industrial. Rio de Janeiro: José Olympio Ed., 1990, p. 111-119.

capital comercial e os supermercados não eram predominantes nos canais de distribuição dos alimentos, a concorrência restringia-se a pequenos e médios comerciantes. A partir da segunda metade da década de 40 e até meados dos anos 60, esse consumo foi pautado pela formação e consolidação da sociedade de massa e pelo processo de internacionalização da indústria de alimentos dos Estados Unidos, que levou a uma padronização dos produtos e à difusão de valores e estilo de vida americanos<sup>54</sup>.

Vários modelos alimentares estiveram em voga nos Estados Unidos, motivados por movimentos sociais, religiosos, inovações tecnológicas ou científicas, influenciando o consumo da sua população e, em maior ou menor grau, todas as outras de países com os quais aquele país mantinha relações comerciais. Para que esses modelos fossem incorporados pela população e, com isso, a indústria de alimentos pudesse utilizar esses movimentos a seu favor, realizaram-se intensas campanhas de marketing com vistas ao aumento do mercado, do consumo e, conseqüentemente, da produção.

Foi assim com a descoberta das vitaminas e a criação de um modelo alimentar que privilegiava a saúde em detrimento das preocupações gastronômicas. As indústrias de laticínios foram as primeiras a difundir a obsessão pelas vitaminas, a ponto de empresas desse setor empenharem-se na modificação da imagem do leite que, de alimento infantil, passou a ser considerado o alimento ideal ou completo para todas as faixas etárias. Enquanto na Primeira Guerra, o café tinha sido a bebida preferida das forças armadas americanas, na Segunda Guerra, a opção da grande maioria foi pelo leite fresco<sup>55</sup>.

Também, durante a Segunda Guerra, o governo americano adotou os preceitos do Newer Nutrition, aconselhando a população a consumir produtos que fizessem parte dos cinco grupos alimentares, ou seja: cereais e pães; ovos, carne e leguminosas; leite e derivados; hortaliças e frutas; e óleos e gorduras. Assim, cada empresa sentiu-se muito à vontade para divulgar seus produtos, pois qualquer

---

<sup>53</sup> CUNHA, M. de F. Homens e mulheres nos anos 1960/70: um modelo definido? **História: questões & debates**. Curitiba: UFPR, n. 34, p. 201-222, 2001.

<sup>54</sup> MARTINELLI JÚNIOR, O. **A globalização e o sistema alimentar**. Um estudo a partir das grandes empresas. Marília: UNESP/Marília Publicações. São Paulo: FAPESP, 1999.

<sup>55</sup> LEVENSTEIN, H. A. Dietética contra gastronomia: tradições culinárias, santidade e saúde nos modelos de vida americanos. In: FLANDRIN; MONTANARI, op. cit., p. 825-840.

alimento se encaixaria dentro de um grupo e, portanto, seu consumo era recomendado.

Depois, foi a vez dos alimentos “biológicos” ou “naturais”, consumidos por setores da sociedade que aderiram ao movimento contestatório dos jovens. As empresas adaptaram-se a essa situação por meio de novas estratégias de marketing, da mesma maneira que o fizeram quando a ciência dietética advertiu contra o consumo de alimentos considerados nocivos para a saúde, como o açúcar e as gorduras, causadores de doenças crônicas degenerativas, além de uma série de outros distúrbios físicos e mentais. O açúcar, além desses males, foi denunciado como o pó branco, pois era utilizado - segundo os adeptos do Negative Nutrition (como foi chamado o novo modelo) - pelas indústrias de alimentos para tornar as crianças dependentes de seus produtos. Porém os industriais, como sempre, recuperaram-se dessa nova doutrina, lançando produtos com “poucas calorias”, “isentos de colesterol”, “sem sal”, os quais inundavam as gôndolas dos supermercados. As informações tendenciosas, falsas ou meias verdades foram de tal proporção, que o governo americano procurou conter, por meio de legislação específica, as falácias desse tipo de propaganda<sup>56</sup>.

LEVENSTEIN definiu como a “Era do Ouro do Processamento de Alimentos” o período em que as inovações tecnológicas prometiam simplificar a vida da dona-de-casa americana, através de alimentos, sucos, jantares completos congelados, alimentos prontos como a salada de batata direto do pacote, marshmallows, saladas jell-O. Campanhas publicitárias faziam com que todos esses alimentos e preparações parecessem mais frescos e mais viçosos do que os naturais, e até restaurantes tinham orgulho de apresentar comida congelada em seus cardápios<sup>57</sup>.

Outro exemplo que caracterizou as transformações alimentares, nesse período, foi o surgimento da fast food, originária das primeiras lanchonetes drive in do sul da Califórnia e que se concretizou com a renovação do primeiro restaurante McDonald's. Ao renovar seu restaurante de acordo com o clima de progresso e modernidade que tomava conta da população americana, os irmãos McDonald's adotaram o sistema de produção em cadeia, centralizado na produção de hamburguers, no preço mais baixo possível, na máxima rapidez e no self-service.

---

<sup>56</sup> LEVENSTEIN, op cit.

<sup>57</sup> Id.

Entre 1950-1960, a McDonald's passou a ser difundida em todo o país por meio do sistema de franquia, ao longo de importantes rodovias, na periferia dos centros urbanos, nos centros comerciais, tornando-se cada vez mais o âmago da vida comercial americana, inaugurando um novo comportamento em termos de alimentação que se estenderia praticamente para todo o mundo<sup>58</sup>. A fast food, juntamente com os filmes de Hollywood, com os jeans, a coca-cola, a música pop, ou seja - o american way of life - tornou-se um importante produto de exportação dos Estados Unidos, também para o Brasil.

A partir dos anos 60 até o início dos anos 80, houve uma grande expansão no consumo de produtos agregados no Brasil, motivada pelas políticas fordistas<sup>59</sup> e pelo crescimento da classe média. Houve um desenvolvimento massivo dos alimentos industrializados, o marketing de massa cresceu, passando a ser um instrumento importante de concorrência por causa da grande difusão da televisão e de outros meios de comunicação. Os supermercados passaram a ser o principal local de compras da população, o que levou a grandes modificações no relacionamento e poder econômico entre as empresas, os locais de venda e a distribuição de alimentos<sup>60</sup>.

Todas essas mudanças provocaram modificações no comportamento, nos hábitos e nas práticas alimentares dos consumidores brasileiros, especialmente os dos maiores centros urbanos, como: a configuração contemporânea das famílias, seja pelo menor número de filhos, seja pelo maior número de separações; a participação da mulher no mercado de trabalho e conseqüente redução do tempo para as tarefas domésticas; a diversificação de atividades dos membros da família; a distância da casa e do trabalho levou as pessoas a permanecerem mais horas de seu dia nas escolas, escritórios, oficinas e no trânsito. Essas mudanças diminuíram a freqüência das refeições em família, fazendo com que tanto a preparação como o consumo dos alimentos obedecessem a uma nova ordem, novo ritmo, desestruturando padrões considerados praticamente universais. A refeição, antes

---

<sup>58</sup> SCHLOSSER, op cit.

<sup>59</sup> Ao introduzir a esteira rolante, originando um novo método de produção, Henry Ford conseguiu aumentar a produção de automóveis de forma fantástica, a partir de 1914. Seu método foi levado para outras áreas industriais e de serviço, a ponto de o fordismo ser considerado “ um paradigma que concentra industrialização pesada, organização industrial, processo de trabalho, ideologia e estilo de vida bem determinados.” (OLIVEIRA, R.C. As metamorfoses do capital e o sentido da modernidade. Revista Sociologia e Política, Curitiba, n.1, nov. 1993, versão online)

em conjunto, passou a ser individual e a ganhar outras características rituais e simbólicas<sup>61</sup>, perdendo-se aí a riqueza de um espaço de sociabilidade ativa.

A participação feminina no mercado de trabalho tornou-se visível a partir da década de 50, especialmente no setor de serviços de consumo coletivo, serviços públicos, escritórios e comércio. Surgiram, nesse período, maiores oportunidades de emprego em profissões que exigiam maior qualificação, como enfermeira, professora, assistente social, médica, vendedora, o que exigiu uma maior escolaridade feminina, provocando uma mudança no status social das mulheres<sup>62</sup>. Enquanto, na década de 60, as mulheres constituíram cerca de 18% da população brasileira economicamente ativa, na década de 80, esse percentual foi de 27,4%<sup>63</sup>. A maior participação da mulher nas atividades mercantis, sem dúvida, foi consequência das mudanças culturais havidas, especialmente do movimento feminista que levantou as discussões sobre a discriminação da mulher no mundo do trabalho, entre outras.

Da mesma maneira, as mulheres participaram do movimento migratório brasileiro: se em 1960, 46% da população morava nas cidades, em 1985, 73,4% dos brasileiros o faziam, sendo que a proporção feminina de 51,2% foi mais significativa do que a masculina (48,8%), evidenciando uma tendência nacional de que as mulheres são mais urbanas do que os homens<sup>64</sup>. A urbanização da mulher favoreceu o contato com as inovações tecnológicas que a modernidade oferecia, levando até a modificações no preparo da alimentação, que tem origem no espaço doméstico.

O preparo dos alimentos e o cuidado com a alimentação da família sempre estiveram vinculados à figura da mãe ou da mulher e, por isso, também ligados a uma referência afetiva. A maior participação das mulheres no mercado de trabalho, nos centros urbanos, implicou a redução do número de horas que passavam na cozinha, no cuidado da casa, interferindo na organização do tempo e na alimentação. Para DOUGLAS, se por um lado, essa participação pôde implicar a

---

<sup>60</sup> MARTINELLI, op cit.

<sup>61</sup> BONIN; ROLIM, op. cit.

<sup>62</sup> BASSANEZI, C. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, M. del (org.) **História das mulheres no Brasil**. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 607-639.

<sup>63</sup> IBGE. Estatísticas do século XX, Seção II. População. B – Mão-de-Obra. Dados extraídos do site: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)

menor qualidade da alimentação da família, pela adoção de produtos industrializados, por outro, foi difícil conceber que a mulher devesse permanecer presa às atividades domésticas<sup>65</sup>. De qualquer maneira, a vida urbana provocou uma reorganização da rotina familiar, mesmo quando a mulher, não inserida no mercado de trabalho, dedicava seu tempo, de modo integral, às atividades domésticas: o ritmo das cidades, deslocamentos, distâncias e horários dificultavam a realização de refeições dos demais membros da família, em casa.

Nas últimas décadas, o marketing tem investido com muita ênfase em alimentos prontos para consumir, como bebidas lácteas, achocolatados ou que são consumidos sob efeito de impulsos como bombons, biscoitos, salgadinhos, refrigerantes, cervejas, sorvetes, especialmente em razão do surgimento de várias empresas concorrentes nesses segmentos e por serem produtos que correspondem ao estilo de vida contemporâneo. Acrescente-se a esses produtos aqueles que se caracterizam por serem de rápido preparo, como os instantâneos (sopas, bolos, pudins), carnes e batatas preparadas e congeladas, prontas para fritar, entre outros.<sup>66</sup> As empresas determinam o segmento de mercado a ser conquistado e procuram desenvolver campanhas específicas para esse público, de modo que seus produtos sejam incorporados aos hábitos de consumo dessas pessoas, inclusive bebês e crianças.

Uma nova forma de pensar implicou comportamentos novos, o que influenciou na mudança de hábitos alimentares, provocando novos significados na escolha, preparação e consumo de alimentos: a relação da alimentação com a saúde, especialmente a preocupação de que não se deve comer demasiadamente - uma tendência da sociedade contemporânea -; o maior acesso ao conhecimento, inclusive sobre o funcionamento do corpo humano; o questionamento cada vez mais freqüente sobre a vida, ao mesmo tempo agitada, em razão da necessidade de maior controle do tempo, e sedentária, porque as pessoas passam muitas horas sentadas em seus escritórios ou meios de transporte; e um novo padrão estético que “exige” um corpo mais delgado.

---

<sup>64</sup> IBGE. Estatísticas do século XX. Capítulo 5 – População Recenseada e estimada. Dados extraídos do site: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 05/03/2004

<sup>65</sup> DOUGLAS, M. Las estructuras de lo culinario. In: CONTRERAS, J. (comp.), op. cit., p. 171–197.

Para os comensais contemporâneos, a preocupação maior, segundo FISCHLER, é saber o que comer e em que proporções, ou seja, saber escolher. As restrições alimentares e o cuidado com o excesso e o desequilíbrio alimentar são questões consideradas na escolha dos alimentos. Entretanto, “com a industrialização do setor alimentar, as escolhas e as preferências alimentares têm se transformado em apostas econômicas planetárias”. O consumidor acaba ficando desorientado com a profusão de informações, discursos, orientações muitas vezes desencontradas e contraditórias. As prescrições, proibições, os modelos de consumo e as advertências aumentam, numa verdadeira cacofonia alimentar<sup>67</sup>.

Como afirma FEATHERSTONE, a expansão da produção capitalista de mercadorias resultou no aumento das atividades de lazer e de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas. Como o objetivo de toda produção é o consumo – pelo menos do ponto de vista da economia clássica –, com indivíduos ampliando suas satisfações pela compra de mercadorias que estão sempre em expansão, esse desenvolvimento resulta em um maior consumo controlado e manipulado<sup>68</sup>.

Porém, como esse mesmo autor argumenta, além da “lógica do capital”, derivada da produção, há uma “lógica do consumo” que se utiliza de bens para demarcar as relações sociais. Comida e bebida são produtos de curta duração, porém uma garrafa de vinho do Porto, de boa qualidade, talvez nunca seja consumida de fato - aberta e bebida -, mas será consumida simbolicamente de muitas maneiras: contemplada, admirada, fotografada. Dessa maneira, as mercadorias, nas sociedades ocidentais, não apenas evidenciam o simbolismo embutido no design e no marketing dos produtos, mas enfatizam também estilos de vida e demarcam relações sociais.

Portanto, para esse autor, existe uma cultura de consumo nas sociedades e, por isso, o consumo não pode ser considerado como originário especificamente da produção. Um exemplo de consumo ligado aos prazeres emocionais – a terceira concepção sobre teoria da cultura de consumo - é o fast-food, que nas cidades menores tem o significado de festa, prazer e realização. Como as crianças e

---

<sup>66</sup> BONIN; ROLIM., op cit.

<sup>67</sup> FISCHLER, op cit., p. 195.

<sup>68</sup> FEATHERSTONE, op cit.

adolescentes, na sociedade contemporânea, fazem parte de uma geração em que os alimentos industrializados estão sistematicamente presentes sentem-se realizadas nesses ambientes. O fato de freqüentar um lugar de fast-food “mexe com o imaginário das pessoas fazendo-as se sentir no centro do mundo.”<sup>69</sup>

Percebe-se, portanto, que os fatores que concorrem para as origens e mudanças dos hábitos e práticas alimentares são bastante complexos e, na busca de sua apreensão, diversas áreas do conhecimento são envolvidas.

---

<sup>69</sup>ORTIGOZA, S. A. G. O *fast food* e a mundialização do gosto. NEPA: **Cadernos de Debate**. UNICAMP, vol. V, p. 27. 1997.

## 2. ALIMENTAÇÃO INFANTIL E O CONTEXTO HISTÓRICO

... a pátria tem sido pequena e até mesmo mesquinha para as suas mães e crianças (...). É revoltante o contraste de um país que é o 8<sup>o</sup> do mundo em volume físico de sua economia, (...) ocupar apenas um inaceitável 64<sup>o</sup> lugar no que se refere à possibilidade de sobrevivência de suas crianças no 1<sup>o</sup> ano de vida.

Fernando Figueira

Ao abordarmos a alimentação na infância, não podemos dissociá-la do contexto histórico do período, dos fatores que modificaram a valorização da criança, dos avanços da medicina e dos cuidados com sua saúde, uma vez que essas questões estão intimamente relacionadas.

No Brasil, a saúde da população começou a ser alvo de preocupação com a vinda da família real, pois as freqüentes epidemias e outras enfermidades causadas pela falta de salubridade passaram a representar um risco para a Corte e para o bom desenvolvimento das relações comerciais com a Inglaterra (depois da abertura dos portos)<sup>1</sup>. Com a instalação da Corte e seu séquito, a população do Rio de Janeiro aumentou em quase um terço e a necessidade de sua higienização fez com que a medicina passasse a ser solicitada com mais insistência.

Desde o início do século XIX, segundo COSTA, a medicina lutava contra a tutela jurídico-administrativa do Estado. Durante o período colonial, certos hábitos e condutas pertencentes à tradição familiar impediam a subordinação dos indivíduos aos interesses do Governo. O poder político era exercido pelo Estado, pelas famílias e pelo clero e a relação entre esses poderes era sempre tensa. O Governo, pela sua fragilidade política, não conseguia o controle da cidade e da população. A burocracia estatal não dispunha de apoio da metrópole e recursos para solucionar os graves problemas sanitários das cidades. Nesse sentido, um acordo entre o Estado e a medicina foi interessante para ambas as partes. Ao estabelecer uma aliança com o Estado, a medicina conseguiu emancipar-se através da higiene,

---

<sup>1</sup> NOVAES, H. M. D. **A puericultura em questão**. São Paulo, 1979. Dissertação (Mestrado em Medicina Preventiva). Faculdade de Medicina, Universidade de São Paulo.

incorporando a cidade e a população ao saber médico, e a chave desse acordo foi a salubridade<sup>2</sup>.

Uma das políticas da medicina teve como alvo a família, com o objetivo de aproximá-la do Estado. A medicina, diferentemente da estratégia empregada pela administração colonial, entendeu que a família não podia ser tratada como um inimigo ou como um adversário. Empregou técnicas de persuasão e estratégias de ataque, fazendo com que a população acatasse suas orientações, sem se sentir punida. Procurou despertar o interesse do indivíduo pela sua própria saúde, o qual passou a fiscalizar não apenas sua casa, como também a de seus vizinhos. O conjunto desse dispositivo foi chamado de higiene familiar<sup>3</sup>.

Todo esse trabalho foi desenvolvido com base na idéia de que a saúde, o bem-estar e a prosperidade da família dependiam de sua submissão ao Estado. Desse modo, a medicina conseguiu superar as dificuldades com relação à descontinuidade de suas ações e com a falta de agentes para executar as tarefas propostas. Muito mais do que isso, conseguiu apossar-se do espaço urbano, atraindo inúmeros elementos e serviços para sua esfera de poder: quartéis, escolas, prostíbulos, fábricas, casas, cemitérios, rios, pântanos, água, alimentos, esgotos<sup>4</sup>.

Embora o ensino médico formal tenha se iniciado em 1808, com cursos isolados, a Sociedade de Medicina, criada em 1829, elaborou um projeto que resultou na implantação de duas Escolas de Medicina em 1832: uma no Rio de Janeiro e a outra na Bahia<sup>5</sup>.

A Sociedade de Medicina defendia a prática da medicina social<sup>6</sup>, bastante semelhante àquela preconizada em países europeus e que atuava em dois pontos principais: considerava que as causas das enfermidades estavam nas condições de

---

<sup>2</sup> COSTA, op cit.

<sup>3</sup> Id.

<sup>4</sup> COSTA esclarece que nem todos os médicos desse período se preocuparam com as atividades de higiene. Por isso, o termo “higienista” é atribuído àqueles profissionais da medicina que executaram esse tipo de ação. Do mesmo modo, entendemos por medicina higienista as atividades médicas executadas nesse período que tinham por objetivo a higiene da população.

<sup>5</sup> NOVAES, op cit

<sup>6</sup> O conceito de medicina social surgiu em 1848, por ocasião das revoluções que marcaram, nos países onde ocorreram, “o período de transição entre uma formação social e outra. Para a burguesia, a passagem da estrutura para a superestrutura; para a medicina, a passagem da superestrutura para a estrutura.” Para a medicina social, “os sujeitos da terapia não são doenças, mas condições”. Segundo esse conceito o interesse é a mudança das condições de vida. “A doença não é nada mais que a vida em condições alteradas.” Mais detalhes ver GARCIA, Juan C. Pensamento social em saúde na América Latina. Nunes, E.D. org. São Paulo: Cortez, 1989, p. 165.

vida das populações e postulava que a medicina deveria servir como instrumento de organização social. A Sociedade de Medicina preconizava que sabendo das alterações orgânicas provocadas pela desordem social, a medicina deveria apontar essas causas e intervir nelas, guiando o processo de funcionamento da sociedade. No entanto, a estrutura da sociedade brasileira, escravagista, essencialmente agrícola, com um capitalismo incipiente, com serviços de saúde pública descentralizados, não permitiu que o projeto proposto pela Sociedade de Medicina fosse concretizado. Assim, sua influência ficou centrada na defesa do saber e da prática médica<sup>7</sup>.

Em relação à Pediatria, as tentativas de caracterizar-se como uma especialidade da medicina podem ser observadas por meio de alguns fatos, como a elaboração da tese “Consideração sobre cuidados e os socorros que se devem prestar aos meninos na ocasião de seu nascimento e as vantagens do aleitamento natural”, defendida em 1832 pelo professor Francisco Júlio Xavier, da Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro. Essa tese ensejou vários outros estudos de temas relacionados à Pediatria, realizados por formandos daquele curso<sup>8</sup>. Somou-se, a isso, a publicação, entre 1879 e 1888, do primeiro periódico brasileiro de puericultura, com o título “A Mãe de Família”, e a atuação das Santas Casas de Misericórdia na atenção à saúde materno-infantil<sup>9</sup>.

## 2.1 A VALORIZAÇÃO DA CRIANÇA, A SAÚDE E A ALIMENTAÇÃO INFANTIL.

O entendimento de que a infância necessitava de um tratamento diferenciado dos adultos surgiu por ocasião da Primeira República. Em 1882, a Pediatria passou a existir como especialidade médica autônoma, no Brasil, dez anos

---

<sup>7</sup> NOVAES, op cit.

<sup>8</sup> Id.

<sup>9</sup> SIQUEIRA, M. D. Para uma história da Pediatria no Brasil. Trabalho apresentado no Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisa em História. Curitiba, julho, 2004.

mais tarde do que na França, com o primeiro termo de habilitação, em nosso país, registrado em 1895<sup>10</sup>.

No final do século XIX, a precária situação de saúde das populações urbanas continuava a ser um grave problema para o governo. A mortalidade infantil era muito alta e epidemias como febre amarela e cólera eram freqüentes. Com o crescimento das cidades, as condições sanitárias deterioraram-se e apresentavam-se extremamente insatisfatórias, pois não havia coleta sistemática de lixo e o fornecimento de água era insuficiente e inadequado. As cidades eram muito sujas, grande parte da população vivia em habitações muito pobres e com pouco espaço, os salários (quando existiam) eram baixos e o custo da alimentação muito alto.<sup>11</sup> Diante desse quadro, é fácil entender os elevados índices de mortalidade no primeiro ano de vida, período em que a criança apresenta grande vulnerabilidade às epidemias, à doenças como infecções respiratórias, gastroenterites e outras, características da infância, como sarampo e coqueluche, na maioria das vezes, agravadas por uma alimentação inadequada.

A valorização da criança tinha como objetivo a formação de uma sociedade que, de acordo com os ideais de higiene, deveria ser composta por homens fortes, os quais, desde o nascimento, teriam acompanhamento médico para, no futuro, oferecer suas vidas ao país. Nesse sentido, “destacou-se a importância da infância como componente ideal de nação civilizada”<sup>12</sup> e aos médicos caberia a tarefa de cuidar da saúde daqueles que seriam os homens do Brasil do futuro, fornecendo as orientações necessárias às famílias e às instituições de assistência à infância.

O desafio de transformar o Brasil em uma nação pairava na mente das elites intelectuais desde o final do século XIX. As estratégias de saneamento e higienização, adotadas pela medicina, foram consideradas elementos importantes para a construção da nacionalidade e para a superação do atraso social da população brasileira<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> NOVAES, op cit.

<sup>11</sup> Id.

<sup>12</sup> VEIGA, C. G; GOUVEA, C. S. Comemorar a infância, celebrar qual criança? Festejos comemorativos nas primeiras décadas republicanas. **Educação e Pesquisa**, vol. 26, nº 1, p. 137, 2000

<sup>13</sup> MOREIRA, M. C. N. A Fundação Rockefeller e a construção da identidade profissional de enfermagem no Brasil na Primeira República'. **História, Ciências, Saúde — Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 3: 621-45, 1999.

Depois da Primeira Guerra, o clima, a crise de valores e a decadência da civilização européia<sup>14</sup>, abrindo novas perspectivas para a América na liderança mundial, contribuíram para reforçar o pensamento dos intelectuais, no sentido de criar-se a nação brasileira, pois o que se tinha, até então, era apenas um território. Os intelectuais da época concentraram sua atenção na busca de nossas raízes, de um ideal de brasilidade, como alternativa para o desenvolvimento da Nação<sup>15</sup>.

Nos discursos científicos, a infância, entendida como uma etapa da vida diferente das outras, requiritava um tratamento diferenciado em relação ao restante da população. “Os termos assistência, proteção e cuidado da infância, tão comuns na época, construíram para esta geração uma centralidade segundo a qual dela dependeria o futuro da raça e da nação brasileira.”<sup>16</sup>

Durante a Primeira República, especialmente nos anos 20 e 30, a maternidade foi valorizada pelos intelectuais, profissionais liberais, industriais, operários, anarquistas, socialistas e comunistas que a associavam ao ideal de formação da identidade nacional. Os médicos, também, desempenharam um papel fundamental na formação da “mãe burguesa” e, juntamente com diversas vertentes de pensamento, tentavam redefinir comportamentos: realizavam campanhas para convencer as mulheres a amamentar; valorizavam a “mãe educadora” que deveria ser vigiada pelos médicos e pela família;<sup>17</sup> referenciaram a “mãe cívica”, pois a ela cabia o preparo físico, moral e intelectual do futuro cidadão da pátria<sup>18</sup>.

Para TRINDADE, as contradições do papel atribuído às mulheres, no início do século XX, eram grandes, pois era-lhes cobrada a responsabilidade de formar seus filhos como cidadãos, porém a cidadania não as alcançava. Enquanto as mães das camadas sociais mais abastadas tinham um papel familiar menor, nas camadas

---

<sup>14</sup>Os intelectuais brasileiros do período referiam-se à Europa e ao Brasil como a velha e a nova civilização; enquanto “o Brasil é o organismo sadio e jovem, a Europa é a nação decadente que deve fatalmente ceder lugar à América triunfante.” (VELLOSO, 1993, p. 89).

<sup>15</sup> VELLOSO, Mônica P. A brasilidade verde-amarela: nacionalismo e regionalismo paulista. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 6, n. 11, p. 89-112, 1993.

<sup>16</sup> VEIGA & GOUVEA, op cit., p. 137

<sup>17</sup> TELLES, N. Escritoras, Escritas, Escrituras. In: DEL PRIORE, M. (org.) BASSANESI, C. (coord. de textos) **História das Mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997, p.401-442

<sup>18</sup> RAGO, Margareth. Trabalho Feminino e Sexualidade, p. 592. In: DEL PRIORE, M. (org.) BASSANESI, C. (coord. de textos), op. cit.

mais pobres elas eram o baluarte moral, muitas vezes responsáveis, também, pela sobrevivência material da família<sup>19</sup>.

Adeptos do positivismo entendiam que a mulher deveria se restringir ao espaço doméstico, seu ambiente “natural”, evitando todo e qualquer contato que pudesse atraí-la para o mundo exterior. Colocavam-na num pedestal e prometiam o céu aqui na terra, através do auto-sacrifício. A mulher submissa ao seu marido, que se dedicasse inteiramente à maternidade e à família, não adoeceria. Ao destacar que o organismo feminino “fixava o destino da mulher: ser mãe e viver no lar, abnegadamente cuidando da família”<sup>20</sup>, a medicina tentava mostrar as bases científicas dessas concepções. Assim, a biologia da maternidade, envolvendo a gestação e o puerpério, foi reconstruída socialmente. O instinto materno e a amamentação foram resgatados e considerados imprescindíveis para a sobrevivência dos filhos<sup>21</sup>.

Embora o aleitamento mercenário fosse condenado em razão dos altos índices de mortalidade infantil, a figura da ama-de-leite não escrava voltou a ter importância na sociedade, mesmo sem o aval da medicina. O Instituto de Proteção e Assistência à Infância, fundado no Rio de Janeiro, tinha como objetivo realizar um exame rigoroso de saúde nas nutrizes mercenárias<sup>22</sup>, na tentativa de evitar a disseminação de doenças, como a sífilis, advertir contra os prejuízos do álcool e orientar sobre cuidados higiênicos.

O entendimento de que a assistência à infância deveria ser promovida pelo Estado, com um controle de todas as instituições que tivessem por objetivo proteger as crianças, era defendido pelos médicos do início do século XX. Também educadores, juristas e jornalistas denunciavam, já nessa época, os maltratos que sofriam as crianças pobres, independentemente de seu habitat: família, rua, asilo ou a fábrica<sup>23</sup>. As classes médias e as elites da sociedade brasileira acreditavam também que o governo deveria intervir nas famílias pobres, no sentido de proteger os menores e suas mães, visando ao progresso e ao desenvolvimento do país e, ao

---

<sup>19</sup> TRINDADE, Judite M.B. **Metamorfose: de criança a menor**. Curitiba – início do século XX. Curitiba, 1998. Tese (Doutorado em História). Universidade Federal do Paraná.

<sup>20</sup> RAGO, M., op cit.

<sup>21</sup> ALMEIDA, op. cit.

<sup>22</sup> **Id.**

<sup>23</sup> RIZZINI, I. **Assistência à Infância no Brasil: uma análise de sua construção**. Rio de Janeiro: Ed. Universitária Santa Úrsula, 1993.

mesmo tempo, “aliviar a consciência de uma sociedade envergonhada e ameaçada com a sua presença”<sup>24</sup>, certamente porque nela enxergava suas imperfeições e misérias.

Organizou-se uma verdadeira campanha de assistência à criança, envolvendo grande parte das questões sociais, econômicas e políticas da época, pois, para muitos médicos, políticos e juristas, o futuro do país dependia da capacidade de o governo resolver o problema da infância. Especialistas da área médica, assim como da assistência social, encarregavam-se da instrução das mães em princípios básicos de saúde, alimentação e higiene. Várias instituições foram organizadas para oferecer assistência médica à mulher e seus filhos, com intervenções que iam desde programas de vacinação até a realização de concursos de robustez.

Do movimento de assistência à infância, participavam muitas organizações femininas, revelando distinções de gênero e de classe ao reforçar a dominação masculina e o discurso de que a mulher, pela sua vocação natural para a maternidade, deveria canalizar suas energias para o atendimento aos menos favorecidos<sup>25</sup>, tendo assim a oportunidade de exercitar seus talentos.

Os concursos de robustez foram uma estratégia utilizada pelas instituições de assistência à criança para desenvolver a prática do aleitamento materno, premiando as mães pobres que apresentassem os bebês menores de um ano mais saudáveis e que tivessem sido amamentados pelo menos durante seis meses. Em 1922, foi realizado o primeiro Concurso de Robustez do Instituto de Proteção e Assistência à Infância no Paraná, e as fotos das crianças premiadas, mostrando três meninos e duas meninas “brancos, gordinhos e saudáveis”, foram publicadas na *Revista da Semana*, sob o título: “Uma raça que se afirma: as crianças premiadas no Concurso de Robustez do Paraná”. Os concursos idealizados pelo pediatra Moncorvo Filho<sup>26</sup> tinham como preocupação mostrar um ideal de raça e saúde para a população, assim como os programas organizados pelas instituições referidas, por

---

<sup>24</sup> RIZZINI, op. cit., p. 26

<sup>25</sup> WADSWORTH, J. E. Moncorvo Filho e o problema da infância: modelos institucionais e ideológicos da assistência à infância no Brasil. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, vol. 19, n. 37, p. 103-124, 1999.

<sup>26</sup> Moncorvo Filho, médico brasileiro do início do século XX, defendia o controle, pelo governo, das instituições de proteção à infância. Acreditava que o poder público deveria assumir o papel dos

ele criadas, não se preocupavam com as mães ou seus filhos, mas com o futuro do país. Os médicos e juristas, “efetivamente, construíram um discurso nacionalista que relegou a criança a uma posição de bem econômico da nação”.<sup>27</sup> O pensamento de que na infância está o destino do país, por isso a preocupação de que ela seja sadia, vigorou durante a Primeira República, estendendo-se para períodos posteriores.

Durante a realização do Primeiro Congresso Brasileiro de Proteção à Infância, no Rio de Janeiro, com impacto no Brasil e no exterior, entre as resoluções tomadas pelos participantes estavam a solicitação aos governantes para que se efetuassem a regulamentação da produção e do consumo de alimentos infantis enlatados; a reserva de espaços nos locais de trabalho para que as mães trabalhadoras pudessem amamentar seus filhos; a criação de leis que reconhecessem o direito das crianças, entre outras. Algumas das considerações do Congresso foram incorporadas no Código de Menores, de 1927<sup>28</sup>.

Em 1928, a principal indústria de alimentos infantis – Nestlé - iniciou, no Brasil, a oferta de fórmulas lácteas<sup>29</sup>, pois, até então, o emprego de leite animal na alimentação infantil era um processo realizado nas cozinhas domésticas. De acordo com MARQUES ao final da década de 30, o preparo de fórmulas já havia se deslocado integralmente para as fábricas de leite em pó, primeiramente nos Estados Unidos e Europa e, em seguida, nos países do Terceiro Mundo, nestes, contribuindo para a elevação dos índices de morbidade e mortalidade na infância<sup>30</sup>.

A mortalidade infantil<sup>31</sup> no Brasil, no início do século, era assustadora, tanto que, no ano de 1929, São Paulo apresentava a triste estatística de 156 mortes durante o primeiro ano de vida para cada mil crianças nascidas vivas<sup>32</sup>. Se considerarmos que a capital paulista, já nessa época, estava bem urbanizada, quando comparada com regiões menos desenvolvidas como as do Norte ou

---

pais das crianças pobres, a fim de protegê-las da miséria e da delinqüência; defendia que as crianças eram a matéria-prima da força de trabalho futura (Wadsworth, op.cit).

<sup>27</sup> WADSWORTH, J. op cit., p.107-110.

<sup>28</sup> WADSWORTH, J. op cit

<sup>29</sup> No Brasil, a indústria de alimentos Nestlé iniciou a produção de leite em pó integral e de fórmulas lácteas infantis – a primeira foi o Nestogeno -, em 1928, em sua fábrica em Araras-SP.

<sup>30</sup> MARQUES, op. cit.

<sup>31</sup> O coeficiente de mortalidade infantil é calculado pela relação entre o número de óbitos de menores de um ano, numa determinada área e ano, sobre o número de nascidos vivos, nessa mesma área e ano. As taxas são expressas por mil nascidos vivos.

<sup>32</sup> MARQUES, op. cit.

Nordeste, o número de óbitos, possivelmente, era maior. Aliada às questões de obtenção de dados estatísticos<sup>33</sup>, há que se considerar a falta de informação de grande parte da população para a importância de registros de nascimentos e atestados de óbitos e as dificuldades de acesso aos locais em que eram feitos.

Pediatras brasileiros desse período acreditavam que uma das formas de combater a mortalidade infantil era a administração de fórmulas lácteas às crianças. Esses médicos eram influenciados pelo marketing das indústrias de leite em pó, que destacavam aspectos desse produto, como a pureza bacteriológica, o equilíbrio bioquímico - entre outros. Não levavam em consideração que as camadas mais pobres da população não tinham acesso ao leite industrializado ou, quando dele dispunham, faltava-lhes água tratada para o preparo das mamadeiras, facilitando a contaminação e a ocorrência de diarreias.

Na década de 30, os médicos “que se julgavam mais esclarecidos” seguiam a orientação da escola pediátrica alemã, que dava especial destaque à dietética infantil. Como refere TELLES, um pediatra desse período:

o trato com os alimentos do bebê constituía como que uma ciência à parte. Mais que isso: uma verdadeira pedra angular da especialidade. Uma espécie de jardim fechado, através de cujas grades espreitavam os não-iniciados, com um misto de curiosidade, desprezo e inveja, pasmando para a complexidade das misturas e o nunca acabar de cálculos matemáticos, mercê dos quais alimentávamos a convicção sincera de estar conduzindo a bom termo a orientação nutricional do lactente.<sup>34</sup>

Segundo esse autor, a elaboração dos cálculos de energia e nutrientes era tão minuciosa que se tornava difícil identificar onde terminava a ciência e começava o exagero. “Entretanto, essa atitude era sincera. Não traduzia um propósito deliberado de ‘faire savoir’, mas uma reação contra a rotina que elevava os índices de mortalidade infantil, uma tentativa de ser mais útil à criança pequena, cujos distúrbios da esfera nutritiva eram, até então, mal interpretados e pessimamente corrigidos.”<sup>35</sup> Ainda, segundo TELLES, até então as diarreias, principal causa dos óbitos infantis, eram tratadas com “poções desinfetantes”, preparadas com uma

---

<sup>33</sup> Até 1934, quando foi criado o INE – Instituto Nacional de Estatística, não havia no país um órgão que coordenasse e articulasse essas pesquisas. O IBGE foi criado em 1937.

<sup>34</sup> TELLES, W. Um século de pediatria. [Texto original publicado no Jornal de Pediatria, em 1983] In: AGUIAR, A.; MARTINS, R. M. (Org.) **História da Pediatria Brasileira** coletânea de Textos e Depoimentos. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Pediatria, 1996, p. 278

<sup>35</sup> TELLES, op. cit.

infinidade de drogas e que não tinham qualquer eficácia sobre as infecções intestinais. Enquanto os pediatras deliravam em torno dos cálculos e fórmulas lácteas, acreditando que poderiam diminuir os índices de mortalidade infantil, esqueciam-se de que a solução poderia ser buscada em fonte mais simples: o aleitamento materno.

Os preceitos da escola alemã de pediatria vigoraram entre os pediatras brasileiros até meados da década de 40. Depois da Segunda Guerra, esses profissionais passaram a adotar os conceitos e procedimentos da pediatria norte-americana e conseguiram, segundo TELLES “emergir de um caos de complexidade, para mergulhar em outro caos: o da simplicidade”, numa referência à praticidade e objetividade americanas. Esse autor diz ainda que subsistia a afirmativa clássica “de que um bom par de glândulas mamárias vale sempre mais do que os hemisférios do mais douto médico”, porém, em seguida, cita a afirmação de um pediatra para quem “o ingrediente de maior valor, na fórmula alimentar do lactente, continua a ser o cérebro do médico”<sup>36</sup>, numa clara alusão de que a este cabe a decisão sobre que tipo de alimento e como deve ser dado ao lactente. Foi a partir desse período, segundo GANZ, que os anúncios de leite em pó passaram a incorporar a figura do médico, que avalizava o produto e o associava à ciência.<sup>37</sup>

Anúncios de leite em pó modificados aparecem de forma sistemática em revistas médicas na década de 40 e referendam o pediatra na prescrição desses leites para os lactentes. Nesses anúncios, a falta ou a insuficiência do leite materno são tratadas como se fosse um fato comum, apregoando-se o leite modificado como “alimento medicamentoso” para o lactente sadio<sup>38</sup>.

Durante o Estado Novo, instituiu-se o Departamento Nacional da Criança – DNCr, órgão do Ministério da Educação e Saúde, com a finalidade de proteção à maternidade, infância e adolescência. A proposta desse órgão implicava uma ativa participação da sociedade ou de certos atores sociais, como médicos, professoras,

---

<sup>36</sup> TELLES, op. cit. , p.279.

<sup>37</sup> GANZ, A L. **Vozes do diálogo. Mães e médicos na Curitiba de 1910 a 1935.** Curitiba, 1996. Dissertação ( Mestrado em História). Setor de Ciência Humanas, Letras e Artes. Universidade Federal do Paraná.

<sup>38</sup> GOLDENBERG, P.; TUDISCO, E. Desnutrição: a penetração do leite em pó através da propaganda. **Ciência Hoje**, São Paulo, n<sup>o</sup> 5, p. 76-79, mar.abr., 1983.

autoridades públicas e as mulheres em geral que, com uma boa dose de vontade, poderiam salvar a infância<sup>39</sup>.

Segundo PEREIRA, nos projetos educacionais, o governo deixava claro o tipo de família que esperava: aquela composta pelo marido que trabalhava, e era o “chefe”, e pela mãe que não trabalhava fora de casa, mas ficava cuidando do lar e dos filhos, os quais, por sua vez, permaneceriam na escola até que pudessem trabalhar e produzir riquezas para seu país. Esse modelo de família era o da classe média, que poderia ser composta por operários, funcionários públicos e profissionais liberais. Não fazia parte desse modelo a participação da mulher no mercado de trabalho e se, por questões individuais, quisesse fazê-lo, deveria deixar seus filhos, enquanto trabalhava, nos estabelecimentos criados pelo Estado, locais onde seria reproduzido um “ambiente familiar”. A mulher de classe alta deveria abandonar as festas e prazeres mundanos e dedicar-se às obras assistenciais, sendo uma colaboradora importante dos projetos destinados à população carente. Em qualquer uma das situações, o papel de mãe, desempenhado em casa ou na sociedade, era o que melhor correspondia ao ideal estabelecido pelo governo e instituições assistenciais<sup>40</sup>.

O apoio à mulher que trabalhava e amamentava tornou-se obrigatório a partir de 1943, com a instalação de creches nas empresas que empregassem mais de 30 mulheres acima de 16 anos. Entretanto, a penalidade prevista para o não cumprimento da lei era irrisória e, depois do período de amamentação, as empresas ficavam desobrigadas de assistir os filhos de suas funcionárias. Mesmo que o cumprimento da lei fosse assegurado, outros complicadores poderiam inviabilizar ou dificultar a amamentação dos filhos de mães trabalhadoras, como, por exemplo, o transporte seguro de bebês por longas distâncias em ônibus ou vagões superlotados. Além disso, seria preciso considerar que muitas mulheres estariam excluídas desse benefício, como as empregadas domésticas, trabalhadoras autônomas, trabalhadoras rurais, entre outras<sup>41</sup>.

---

<sup>39</sup> PEREIRA, A. R. A criança no Estado Novo: uma leitura na longa duração. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, vol. 19, n. 38, p. 165-198, 1999.

<sup>40</sup> PEREIRA, A. R., op. cit.

<sup>41</sup> BARROSO, Carmen. **Mulher , sociedade e estado no Brasil**. Brasília: UNICEF; São Paulo: Brasiliense, 1982.

Os Postos de Puericultura foram os equipamentos criados pelo DNCr, nos quais todas as mães, e não somente as pobres, recebiam orientação médica desde o início da gravidez, com acompanhamento do filho até a idade escolar. Essas instituições deveriam ser criadas por meio da iniciativa local e, por isso, dependeriam da atuação das figuras da sociedade, acima citadas.

Os médicos seguiam a tendência da maioria dos intelectuais da época, os quais consideravam as doenças que afetavam a população como sendo fruto da ignorância e do baixo nível sócio-econômico, e achavam assim necessário impedir que concepções erradas circulassem entre as pessoas, tanto ricas como pobres. Para eles, a criança apresentava uma tendência natural para a cura, devendo-se, por isso, evitar o uso excessivo de “drogas”. Ela teria condições de desenvolver-se adequadamente, desde que em contato com o ar fresco, sol, uma dieta adequada e uma correta orientação da mãe, pois o maior obstáculo para que a criança fosse sadia, segundo os médicos, era a ignorância materna. Assim, o médico era uma figura essencial em todo esse processo, aquele que detinha o conhecimento científico e estava investido pela autoridade oficial como capaz de eliminar a doença e o mal. Seus conselhos, jamais, eram questionados, e suas ações eram consideradas como atos benevolentes<sup>42</sup>.

Ao longo do Estado Novo, o governo tentou dar uma nova roupagem aos programas dirigidos a mães e crianças, criados durante a República Velha, e que tinham um caráter assistencialista. Um desses programas foi o “Gotas de Leite” que, além de distribuir leite através do Lactário nos Postos de Puericultura, deveria ministrar ensinamentos sobre amamentação e higiene a todas as mães, independentemente da classe social. A pobreza, entretanto, foi mais forte, e o programa acabou não se diferenciando do original<sup>43</sup>.

O “Gotas de Leite” tinha por objetivo coletar, esterilizar e distribuir o leite materno, na tentativa de substituir o aleitamento mercenário por um método mais seguro e higiênico e, ao mesmo tempo, impedir que o emprego da ama-de-leite prejudicasse o filho desta. Outro programa, desse período, foi o “Missões da Infância

---

<sup>42</sup> PEREIRA, op cit.

<sup>43</sup> Id.

Feliz”, que distribuía alimentos às crianças pobres, sempre seguidos da orientação às mães<sup>44</sup>.

A pobreza, as precárias condições de higiene, saúde e alimentação em que vivia grande parte da população brasileira, continuavam levando milhares de crianças à morte precoce. De acordo com dados do IBGE<sup>45</sup>, no período 1939-1941, as maiores taxas registradas de mortalidade infantil estavam em: Recife, com 272,32, Salvador, com 206,30 e Porto Alegre com 180,20 mortes de menores de um ano para cada mil nascidos vivos.

A alimentação inadequada e insuficiente, juntamente com a falta de água potável, foi considerada como um dos principais fatores desencadeantes da diarreia na infância e que levava à morte, milhares de crianças. Os médicos brasileiros perceberam que uma das formas de tentar sensibilizar a sociedade e o governo sobre os altos índices da mortalidade infantil<sup>46</sup> seria apresentar, entre seus argumentos, dados demográficos e econômicos.

Se calcularmos, como fazem as gentes práticas da América do Norte, o valor do homem em dinheiro e tomarmos, por base de cálculo, a avaliação de 9000\$, que o nosso grande e sábio Afrânio Peixoto deu para a vida humana entre nós, veremos que somente esses 186.132 meninos com menos de um ano de idade que no Distrito Federal morreram, de 1903-1938, representariam se tivessem sido criados, um capital de 1.675.188.000\$, integrado às forças vivas do país.<sup>47</sup>

Defendendo idéias sobre o capital humano e progresso social, hoje consideradas conservadoras, discursos médicos, como o acima, tentavam sensibilizar a sociedade e convencê-la a agir diante de números tão elevados de mortes infantis. Podemos observar um descompasso entre o pensamento dos intelectuais e médicos em relação à valorização da criança para a construção de uma nação do futuro e a realidade que os altos índices de mortalidade infantil denunciavam. As crianças morriam às pencas e a sociedade continuava insensível,

---

<sup>44</sup> PEREIRA, op cit.

<sup>45</sup> IBGE, Laboratorio de Estatística. Dados da tabela extraída de: anuário estatístico do Brasil 1959. Rio de Janeiro: IBGE, v. 20, 1959. Disponível em [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 05/03/2004. Entre os dados não consta o índice de mortalidade infantil do país como um todo, durante o período citado.

<sup>46</sup> As taxas, no Rio de Janeiro, oscilavam entre 180 a 190 por mil nascidos vivos, de acordo com GESTEIRA, M. Puericultura. Rio de Janeiro, 1943. In: AGUIAR, A. MARTINS, R. M. (Org.) **História da Pediatria Brasileira** coletânea de Textos e Depoimentos. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Pediatria, 1996, p. 50.

<sup>47</sup> GESTEIRA, M. op. cit., p. 50

sendo necessário que se comprovasse com dados estatísticos a conseqüência dessas mortes na economia do país.

É evidente que a mortalidade infantil não foi um “privilégio” do Brasil, um país do Terceiro Mundo, com graves problemas em relação à saúde e educação de seu povo. Países desenvolvidos da Europa, também enfrentaram o problema. Entretanto, as taxas encontradas naqueles países, nos séculos XVIII e XIX, eram semelhantes às encontradas em nosso país<sup>48</sup>, em pelo menos em muitas de suas regiões mais pobres, em pleno século XX.

A falta de uma alimentação adequada no primeiro ano de vida, aliada às precárias condições de higiene e saneamento, potencializa o quadro de infecções respiratórias e intestinais e doenças infantis que, em circunstâncias mais favoráveis seriam facilmente debeladas. Como já descrito, essa situação levou à morte milhares de crianças nas regiões mais desfavorecidas do nosso país. Uma das soluções que têm sido apontadas desde o século XIX, para diminuir os índices de mortalidade infantil, é o aleitamento materno.

### 2.1.1 Aleitamento Materno, como uma Solução para a Mortalidade Infantil.

Depois da Segunda Guerra, nenhum país do grupo dos desenvolvidos apresentou taxas de mortalidade infantil superiores a 50 por mil, enquanto no Brasil, de acordo com dados do IBGE<sup>49</sup>, na década de 50, a taxa média de mortalidade infantil era de 140 por mil, diminuindo para 120 por mil, em 1960. Somente alguns países, “verdadeiras repúblicas da miséria”, como Bolívia, Haiti e Honduras apresentavam índices mais elevados do que a média brasileira<sup>50</sup>. Porém, em regiões nordestinas, no período de 1960-1961, as taxas eram muito maiores do que a média nacional, variando, por exemplo, de 161/1000, em Recife para 391/1000, em Maceió<sup>51</sup>.

---

<sup>48</sup> No final da década de 40, de acordo com o IBGE (1959), as taxas de mortes de menores de um ano por mil nascidos vivos variaram de 85,05 no município de São Paulo, para 243,56 mortes no município de Recife.

<sup>49</sup> Dados publicados na revista VEJA, de 29/out./1986, p. 102-103 Reportagem : *Um sopro de vida*, em que mostra dados da pesquisa IBGE-UNICEF, sobre mortalidade infantil no Brasil

<sup>50</sup> Id.

<sup>51</sup> *O Cruzeiro*, p. 12-16, 12 set.,1966: *Morte controla a natalidade*.

Durante o regime militar, estabeleceram-se metas arrojadas de redução de mortalidade entre a população materno-infantil. Em relação à mortalidade infantil, a proposta do Ministério da Saúde era de reduzir 40% até 1980<sup>52</sup>, porém uma publicação do Ministério da Saúde – MS e do Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição - INAN, que avaliou as condições de alimentação e nutrição no Brasil, no período 1974-1984, evidenciou a reduzida atenção dada aos programas sociais:

a mortalidade infantil, considerada como indicador bem sensível do nível de saúde, está declinando de maneira uniforme nas diversas regiões geográficas. No entanto, a redução ocorre a um ritmo lento e os valores alcançados são ainda indicativos de uma situação de saúde bastante precária, sobretudo na Região Nordeste.<sup>53</sup>

Para ilustrar a afirmação acima, a mesma publicação apresentou uma tabela “Estimativa de Mortalidade Infantil por Grandes Regiões”, na qual mostrou os índices de óbitos de crianças menores de um ano, nos períodos 1965-1970 e 1975-1980, nas Regiões Nordeste, Centro-Sul, Fronteira, e os índices gerais do país, a qual transcrevemos, a seguir.

TABELA 1 - ESTIMATIVA DE MORTALIDADE INFANTIL POR GRANDES REGIÕES

REGIÃO	1965-1970	1975-1980
Nordeste	136,3	111,0
Centro-Sul	82,0	64,0
Fronteira	111,0	86,0
Brasil	121,4	96,0

FONTE: MARTINS, G. e CAMARGO, L. CNRH-OIT, Março, 1983.

NOTA: Tabela extraída de: MS/INAN. Alimentação e Nutrição no Brasil. 1974-1984., Brasília, p. 37.

Mesmo tratando-se de estimativa, esses dados revelam uma situação característica de país subdesenvolvido, com diferenças acentuadas entre regiões muito pobres e outras com populações com melhores condições de vida.

Como causas da mortalidade infantil, o Ministério da Saúde apontou “gastroenterites, infecções respiratórias, prematuridade, doenças próprias da

<sup>52</sup> NOVAES, op cit.

<sup>53</sup> MS/INAN. **Pró-Memória. Alimentação e nutrição no Brasil. 1974-1984**, p. 27-28.

infância, muitas das quais evitáveis por vacinações.”<sup>54</sup> Nesse período, em que a população urbana continuava a crescer, a falta de saneamento básico, de água tratada e esgotos sanitários continuou representando um grave problema no controle dessas enfermidades.

A falta de saneamento, água potável e esgotos sanitários representa um problema crucial para o controle de enfermidades infecciosas (sobretudo gastrointestinais) e parasitárias. No Brasil a população urbana vem crescendo a um ritmo muito elevado, sem que se instale a infraestrutura de serviços básicos de moradia, água e esgotos. No meio rural, por outro lado, é tradicional a escassez dos recursos de saneamento.<sup>55</sup>

As Regiões Norte e Nordeste foram aquelas que receberam as menores coberturas desse tipo de serviço, o que explica, em parte, os altos índices de mortalidade infantil.

Outra causa apontada para os altos índices de mortalidade na infância, refere-se à baixa cobertura de vacinação. Segundo dados da mesma publicação, apenas 38,3% das crianças de um a quatro anos receberam as doses de vacina antipólio, tríplice (Difteria, Poliomelite e Tétano), anti-sarampo e anti-tuberculose (BCG – Bacilo Calmette-Guerin). O meio rural e as Regiões Norte e Nordeste foram assinaladas com os percentuais mais baixos de proteção coletiva contra essas enfermidades.

O aleitamento materno foi considerado decisivo no estado nutricional de crianças até seis meses de idade e na redução da morbi-mortalidade infantil, de acordo com MS/INAN. Até 1981, segundo a mesma fonte, não existiam, no Brasil, pesquisas abrangentes e com uniformidade metodológica que possibilitassem a avaliação das práticas do aleitamento materno. Uma tabela com dados do IBGE sobre a duração da amamentação é apresentada nessa publicação, chamando a atenção para as falhas metodológicas havidas na sua coleta, em razão das quais, de acordo com o MS/INAN, esses valores estariam superestimados. Transcrevemos a tabela, na íntegra.

---

<sup>54</sup> MS/INAN. op. cit p. 28

<sup>55</sup> Id. p. 29.

TABELA 2 - NÚMERO MÉDIO DE SEMANAS DE ALEITAMENTO DE MÃES QUE TIVERAM FILHOS (E AMAMENTARAM) NO PERÍODO DE REFERÊNCIA DE 12 MESES

RENDIMENTO MENSAL DA FAMÍLIA	DURAÇÃO DO ALEITAMENTO EM SEMANAS		
	BRASIL (*)	NORDESTE	E. SÃO PAULO
TOTAL (**)	12,3	12,8	11,6
1 Salário Mínimo	13,0	13,6	10,3
Mais de 1 a 2 s.m.	12,4	12,7	10,4
Mais de 2 a 3 s.m.	12,4	13,2	10,0
Mais de 3 a 5 s.m.	12,1	11,7	13,0
Mais de 5 s.m.	12,0	11,1	12,4

FONTE: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (1981).

(\*) Exclusive as mulheres residentes em áreas rurais da Região Norte.

(\*\*) Dados expandidos para 1.090.090 mulheres no Brasil, das quais 366.827 na Região Nordeste e 240.909 no Estado de São Paulo.

NOTA: Tabela extraída de: BRASIL. Ministério da Saúde. Instituto de Alimentação e Nutrição, 1974-1984, p. 37.

Observa-se que o tempo médio de aleitamento materno no Brasil, no período, gira em torno de três meses, o que é um valor baixo, se considerarmos que o tempo ideal preconizado era de seis meses e que, de acordo com o próprio Ministério da Saúde, os dados da pesquisa estariam superestimados. Percebe-se que o menor tempo de aleitamento foi entre a população do Estado de São Paulo e entre o segmento da população com renda familiar inferior a três salários mínimos. A amamentação exerce um efeito protetor contra as principais enfermidades da infância e a população de menor renda é justamente aquela que possui as piores condições de saneamento, água tratada e acesso aos serviços de saúde. Assim, podemos dizer que, ao apresentar o menor tempo de aleitamento, esse segmento está duplamente desprotegido, ou seja, mais exposto à morbi-mortalidade infantil.

Em outubro de 1979 (Ano Internacional da Criança), representantes de países de todo o mundo foram chamados a participar, em Genebra, da “Reunião Conjunta OMS/UNICEF<sup>56</sup> sobre a Alimentação de Lactentes e Crianças na Primeira Infância”. Além de representantes de governos, participaram também membros de

<sup>56</sup> Organização Mundial da Saúde e Fundo das Nações Unidas para a Infância

organizações não governamentais, de organismos técnicos, da indústria de alimentos infantis e cientistas. O objetivo dessa reunião foi expressar a necessidade de que, tanto governos como órgãos internacionais, a indústria de alimentos e o pessoal ligado às áreas de saúde e desenvolvimento tomassem “medidas urgentes para promover a saúde e a nutrição de lactentes e crianças na primeira infância”<sup>57</sup>

Como resultado dessa Reunião, elaborou-se um documento, com 12 itens, em que se afirma que os métodos deficientes de alimentação infantil e suas conseqüências estão entre os maiores problemas mundiais e obstaculizam o desenvolvimento social e econômico das nações. O documento afirma ainda que a nutrição da humanidade foi uma preocupação dos organismos internacionais, durante as três décadas que antecederam a reunião, e que a desnutrição não diminuiu, ao contrário, causou milhares de mortes e incapacidades física e mental, das quais as mulheres, bebês e crianças pequenas foram as maiores vítimas. No item 7, aborda a questão da amamentação como sendo

parte integrante do processo reprodutivo; é a maneira natural e ideal de alimentar o lactente, constituindo uma base biológica e emocional inigualável para o desenvolvimento da criança. Esse e outros efeitos importantes do aleitamento materno na prevenção de infecções, na saúde e bem-estar da mãe, no intervalo entre partos, na saúde da família, na própria família, na economia nacional e na produção de alimentos fazem com que a amamentação seja um aspecto vital da autoconfiança, dos cuidados primários de saúde e das atuais estratégias de desenvolvimento. Por essa razão, cabe à sociedade promover o aleitamento materno e proteger as mães grávidas e lactantes de quaisquer influências que possam romper esse processo.<sup>58</sup>

A declaração da OMS/UNICEF considerou o retorno ao aleitamento materno como uma estratégia de desenvolvimento. A questão do “natural ou da natureza”, já utilizada em outras épocas, foi retomada, para sensibilizar as mulheres e a sociedade sobre a importância da amamentação para a saúde das crianças.

Os argumentos dos discursos utilizados pelos organismos internacionais, a partir do final da década de 70, são os mesmos de décadas anteriores, apenas mais elaborados e sofisticados, ao declarar que os métodos deficientes de alimentação infantil e suas conseqüências são “um dos maiores problemas mundiais e um sério

---

<sup>57</sup> OMS/UNICEF. **Reunião Conjunta OMS/UNICEF Sobre Alimentação de Lactentes e Crianças na Primeira Infância.** Declaração. Recomendações. Relação de Participantes. Brasil:UNICEF, 1980, p. 5.

<sup>58</sup> Ibid. p. 6

obstáculo ao desenvolvimento social e econômico.”<sup>59</sup> No Brasil, esse argumento foi utilizado num audiovisual, elaborado em 1980 pelo INAN, juntamente com a Organização Panamericana da Saúde (OPS) e UNICEF. Com o objetivo de sensibilizar autoridades de saúde, políticos e outros setores da sociedade para a importância da amamentação na acumulação de divisas do país num momento de crise, o audiovisual valorizava os aspectos econômicos do leite materno em relação aos gastos com leites artificiais<sup>60</sup>.

O esforço para a sensibilização das instituições oficiais foi recompensado, em fevereiro de 1981, com a implantação do Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno (PNIAM), através do Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição (INAN), órgão vinculado ao Ministério da Saúde (MS) e com o apoio do UNICEF. Tendo como principal objetivo a redução das taxas de morbidade e mortalidade infantis, a estratégia de ação do programa baseava-se na intervenção nas áreas de educação, organização de serviços de saúde e controle estatal das formas de propaganda de alimentos infantis industrializados. Previa também a conciliação da amamentação ao seio com o trabalho da mulher fora do lar, com a construção de creches e respeito às leis de proteção à nutriz.

## 2.2 O CONTEXTO BRASILEIRO NO PERÍODO 1960-1988 E A ALIMENTAÇÃO INFANTIL.

O período 1960-1988 caracterizou-se por grandes transformações econômicas, sociais, políticas e culturais, que contribuíram para as mudanças das práticas e hábitos alimentares da criança brasileira.

Segundo NATAL, o tema alimentação, no início dos anos 60, assim como ocorreu durante a década de 50, foi praticamente inexistente na agenda do governo

---

<sup>59</sup> OMS/UNICEF, op. cit., p. 5.

<sup>60</sup> RÉA, Marina F. Reflexões sobre a amamentação no Brasil: de como passamos a 10 meses de duração. **Cadernos de Saúde Pública, São Paulo**, vol. 19 (Sup. 1), p. S37-S45, 2003.

brasileiro. Mesmo quando o abastecimento alimentar se tornou dramático, o que se discutiu foi a questão agrária e não propriamente a alimentação popular<sup>61</sup>.

O Plano de Metas do governo Kubitschek (1956-1960), que propiciou o desenvolvimento industrial, instalou a indústria automobilística, abriu 20 mil quilômetros de estradas e construiu Brasília, apresentou também grandes problemas que foram legados aos governos seguintes. No início da década de 60, a dívida externa consumia grande parte dos valores das exportações, dificultando, dessa maneira, as importações de matérias-primas, petróleo e bens de capital que a indústria necessitava para continuar desenvolvendo-se. A inflação girava em torno de 39%, e o déficit público crescia. Os problemas agrários não tiveram a atenção merecida, o que repercutia na escassez dos produtos alimentícios e na alta dos seus preços, no aumento das tensões sociais e na migração dos agricultores, especialmente dos pequenos produtores rurais, para as cidades<sup>62</sup>.

A partir de 1961, a situação tornou-se mais difícil, pois o desenvolvimento da economia, estruturada nos grandes investimentos estrangeiros, acentuou as desigualdades sociais, o que provocou o aumento das tensões, principalmente no meio urbano. A necessidade de reformas institucionais tornou-se evidente para a recomposição do sistema político-econômico, de acordo com as possibilidades abertas pela industrialização, pelo êxodo rural e pela crescente urbanização<sup>63</sup>.

As reformas propostas pelo governo de João Goulart eram uma tentativa de modernizar o capitalismo e reduzir as desigualdades sociais, o que implicava grandes mudanças, às quais as elites dominantes opuseram forte resistência. Todos os setores que o governo acreditou ter como aliados, porque considerava que seriam beneficiados com as reformas de base, demonstraram seu descontentamento no decorrer do período<sup>64</sup>. Em relação à saúde, também atingida pela crise, os documentos institucionais mostravam a impossibilidade de as políticas e práticas governamentais mudarem a situação vigente<sup>65</sup>.

---

<sup>61</sup> NATAL, J. L. A. **A questão alimentar-nutricional na política econômica (1930-1976)** Um vai-vem na periferia da agenda pública. Campinas, 1982, 230 f. Dissertação ( Mestrado em Economia e Planejamento Econômico). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas.

<sup>62</sup> PAES, op. cit.

<sup>63</sup> IANNI, op. cit.

<sup>64</sup> FAUSTO, op cit.

<sup>65</sup> NOVAES, op.cit.

Com a instalação, em 1964, do governo militar, foram introduzidas profundas modificações no país, as quais se intensificaram em duas frentes: a **política**, através da repressão, da censura, prisões, exílios e a **econômica**, pela continuidade do processo de industrialização, da internacionalização do capital, consolidando, no Brasil, o chamado “capitalismo tardio”<sup>66</sup>, com reflexos na área da saúde e alimentação<sup>67</sup>.

Enquanto a política viveu um dos períodos de maior repressão da história do país, a economia alcançou êxitos: as finanças foram estabilizadas, o crédito foi expandido, os preços e a inflação foram controlados; a indústria desenvolveu-se a passos largos, sendo liderada pelo setor automobilístico, de produtos químicos e de material elétrico<sup>68</sup>; a construção civil expandiu-se, graças à criação do Banco Nacional de Habitação – BNH, o qual assumiu também uma parcela significativa do financiamento do abastecimento de água, esgotos e renovação urbana<sup>69</sup>; o comércio exterior passou por uma significativa expansão, com importações de bens, ao mesmo tempo em que se diversificaram as exportações, tanto de produtos industrializados quanto de agrícolas, com destaque para a soja. Em resumo, o PIB cresceu, atingindo 11,2%, em 1968 e 10,5%, em 1969. Iniciava-se o “Milagre Brasileiro”, que se estendeu até 1973<sup>70</sup>. Contudo, sabe-se hoje, que o “milagre” teve conseqüências sociais graves ao acentuar a concentração de renda, ao abandonar programas sociais importantes, levando a indicadores muito baixos de saúde, educação e habitação, os quais medem a qualidade de vida de um povo.

O regime militar preocupou-se com a legitimidade de seu governo junto à população, razão pela qual ensaiou algumas políticas direcionadas às condições de vida das camadas mais pobres, como: programas de alfabetização, de assistência médico-hospitalar e de habitação. O público-alvo desses programas era a família institucionalmente constituída em torno do “chefe de família”, considerado como único representante das necessidades de todos os familiares<sup>71</sup>.

---

<sup>66</sup> Termo de João Manuel Cardoso de Melo.

<sup>67</sup> NOVAES, op cit.

<sup>68</sup> FAUSTO, op.cit.

<sup>69</sup> KATZMAN, M.T. Urbanização no Brasil a partir de 1945. In: BACHA, E.; KLEIN, H. (org.) **A transição incompleta**. Brasil desde 1945. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986, p. 177-223.

<sup>70</sup> FAUSTO, op cit

<sup>71</sup> GIULANI, P. C. Os movimentos de trabalhadoras e a sociedade brasileira. In: PRIORI, M. del; BASSANESI, C., op cit., p. 640-667

A preocupação com a alimentação da população não fez parte da agenda dos governos militares até o início da década de 70, talvez porque outras questões, como o combate à inflação, a retomada do crescimento econômico, a expansão do mercado interno, a luta pela hegemonia no poder e o “milagre brasileiro”, ocuparam os espaços do debate<sup>72</sup>.

Até meados da década de 70, considerava-se que a alimentação do brasileiro era qualitativamente incorreta, pois acreditava-se que ele não sabia fazer a escolha certa dos alimentos e, por isso, sua alimentação era deficiente em alguns nutrientes, especialmente em proteínas. Essa crença não era isolada, pois, em âmbito internacional, instituições como a Food and Agriculture Organization - FAO, o United Nation Children's Fund - UNICEF e a World Health Organization – WHO assumiam que o principal problema nutricional da população de países em desenvolvimento estava relacionado com a deficiência de proteínas<sup>73</sup>.

Por meio do Estudo Nacional de Despesa Familiar - ENDEF, realizado em 1974-75, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com a assessoria da FAO, constatou-se que a deficiência nutricional da população estava relacionada com o baixo consumo de energia, isto é, com a quantidade insuficiente de alimentos consumida, contrariando, portanto, crenças anteriores de que a alimentação do brasileiro era inadequada porque ele não sabia fazer as escolhas alimentares corretas. A partir desse estudo evidenciou-se que, se o brasileiro dispuser de renda suficiente, sua alimentação passaria a ser variada, além de quantitativamente adequada. Continuava válida a afirmação de que “não existia no Brasil os que sabiam e os que não sabiam comer, mas os que podiam ou não comer,”<sup>74</sup> evidenciando que o problema não estava restrito à educação nutricional, mas à desigualdade social e econômica entre os brasileiros.

Enquanto os programas sociais não receberam a atenção do governo militar, o setor de telecomunicações progrediu de maneira vertiginosa. Como já abordado anteriormente, as vantagens do crédito pessoal permitiram à população adquirir aparelhos de televisão com relativa facilidade. De acordo com FAUSTO, em 1960,

---

<sup>72</sup> NATAL, op cit.

<sup>73</sup> SALAY, E. **Política de alimentação e nutrição: evolução das abordagens**. Cadernos de Debate, Campinas, n 1, ago.,1993.

<sup>74</sup> LIMA, E. da S. **Mal de fome e não de raça: gênese, constituição e ação política da educação alimentar . Brasil – 1934-1946**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2000, p. 21.

apenas 9,5% das residências urbanas possuíam televisão; dez anos mais tarde, 40% das famílias que residiam nas cidades tinham o aparelho<sup>75</sup>.

A decretação do AI-5, em 13 de dezembro de 1968, provocou modificações na produção cultural, especialmente pela censura, que desempenhou um papel decisivo nessa produção. Para MOTA, tornou-se difícil escrever sobre a vida cultural no Brasil nesse período, não apenas pelo caráter metodológico e teórico referente ao tema, como também pela disponibilidade da documentação, em geral fragmentada, uma vez que a cultura crítica não era tolerada pelo sistema<sup>76</sup>.

Porém, se e o projeto de construir uma cultura nacional popular se desfez, a indústria cultural prosperou, especialmente pelo avanço dos meios de comunicação e da publicidade. A publicidade comercial, que vinha num ritmo crescente desde as primeiras décadas do século XX, tomou um grande impulso nos anos 60 e 70, com a consolidação do “capitalismo tardio” e o crescimento do parque industrial e do mercado de bens materiais. Os grandes conglomerados, que controlavam os meios de comunicação e cultura de massa, consolidaram-se nesse período, fazendo com que houvesse uma grande expansão da produção, distribuição e consumo desse tipo de cultura. Para ORTIZ, a contradição entre cultura e censura deslocou-se para o plano econômico pois, para conseguir produzir e conquistar o mercado, as empresas de bens culturais, especialmente as de comunicação como a TV Globo e TV Tupi, assinaram um protocolo de autocensura e passaram a controlar o conteúdo de suas programações. Portanto, para esse autor, não houve conflito, pelo menos aparente, entre desenvolvimento econômico e censura<sup>77</sup>.

Para o desenvolvimento da indústria cultural no país, a publicidade foi fundamental, tanto que, em 1972, o Brasil foi o 7<sup>o</sup> mercado de propaganda do mundo, superando países como a Itália, Holanda e Austrália<sup>78</sup>. Sua expansão ocorreu, em grande parte, motivada pelo desenvolvimento da televisão, favorecida pelo investimento do Estado, na área de telecomunicações. Isso concretizou os objetivos do mercado de integrar seus consumidores e do próprio governo de promover a integração nacional, ao divulgar seus princípios e ideologias através de uma publicidade sedutora, sutil e inteligente. Segundo FAUSTO, o Sistema Globo de

---

<sup>75</sup> FAUSTO, B. op cit.

<sup>76</sup> MOTA, C.G. Ideologia da cultura brasileira 1933-1974. 9 ed. São Paulo: Ática, 2000.

<sup>77</sup> ORTIZ, A moderna ... , op. cit.

<sup>78</sup> Id.

Televisão, favorecido pelo governo, tornou-se seu porta-voz e expandiu-se até tornar-se rede nacional, transformando-se no maior canal de expressão do regime<sup>79</sup>.

Durante o período da ditadura, a propaganda governamental, especialmente durante os governos Médici e Geisel, tentava ser diferente da propaganda de outras ditaduras, particularmente daquela produzida durante o governo Vargas. Esforçando-se para não ser doutrinária e conter poucas referências oficiais, procurava divulgar a esperança e o otimismo e sugeria modelos de comportamento considerados adequados pelo governo. A Aerp - Assessoria Especial de Relações Públicas, criada em 1968, foi a responsável pela produção de filmetes que procuravam retratar e valorizar o cotidiano do brasileiro, como a vida em família, lazer - especialmente carnaval e futebol -, e o trabalho. Esses filmes tinham grande influência sobre a sociedade, a ponto de a iniciativa privada procurar copiar seu estilo<sup>80</sup>.

Entretanto, enquanto a Aerp se esforçava para divulgar um clima de otimismo, as agências privadas de publicidade elaboravam propagandas que refletiam a conjuntura nacional: “Luta armada contra a carestia”, “Liberte-se da tirania do coador”, “Mate seu vizinho de inveja”, “Abaixo a ditadura de preços”, “Walita sabe como se bate nas massas”.<sup>81</sup> Ao constatar que certas propagandas comerciais contrariavam os esforços do governo no sentido de fortalecer o caráter nacional, o coronel Otávio Costa, chefe da Aerp, solicitou às agências publicitárias que mudassem sua temática e passassem a divulgar os valores propostos pelo regime militar – amor, união e solidariedade. A partir de então, a temática sugerida pelo governo e largamente divulgada nas propagandas oficiais passou a compor grande parte dos comerciais da época.

Esses valores, tão reverenciados na propaganda oficial e, em seguida, enfatizados também pela publicidade comercial, não passavam de apelos de retórica, pois a própria existência de um governo ditatorial, repressivo e que instalou o medo no país, negava-os. Porém, foi a forma que os militares utilizaram para

---

<sup>79</sup> FAUSTO, op. cit.

<sup>80</sup> FICO, op. cit.

<sup>81</sup> Embora, os slogans de propagandas citados tenham sido referidos por FICO, op. cit, p. 116, o referente a Walita foi encontrado numa peça publicitária, na Revista *Pais e Filhos* de maio de 1977.

divulgar, em suas propagandas, uma das mais fortes tradições do otimismo no Brasil, ou seja, os brasileiros como seres de fácil convivência, amorosos e “doces”, e uma tentativa de dissimular a realidade, repleta de conflitos<sup>82</sup>. Também, foi uma maneira de demonstrar como o Brasil se encaixava com competência na modernidade, no modo de ser de um país capitalista.

A publicidade comercial, especialmente a de alimentos destinados a crianças ou que tinham a criança como personagem principal, passou a refletir os valores e sentimentos da propaganda oficial, sendo raras as imagens publicitárias com fotos de crianças não-brancas e, quando surgem, são na identificação com a cor dos produtos como café e chocolate ou em contextos que lembram a natureza, como, por exemplo, crianças vestidas de índio em propagandas de refrigerante. A pobreza, a miséria e os altos índices de desnutrição e mortalidade infantil não faziam parte dessa temática, assim como não fazia parte a questão do menor, cuja política, durante a ditadura, esteve de acordo com o regime repressivo e autoritário. A situação da criança brasileira se vê agravada nesse período, em razão do arrocho salarial e da brutal concentração de renda,<sup>83</sup> com maiores dificuldades de acesso a saúde, habitação, transporte, educação e alimentação, pelas famílias com menores rendimentos.

Em 1972, 52,5% da população economicamente ativa recebia menos de um salário mínimo mensal e 22,8% entre um e dois salários<sup>84</sup>. Além disso, o valor real do salário mínimo diminuiu consideravelmente. De acordo com dados do Departamento Intersindical de Estudos Sócio-Econômicos - DIEESE<sup>85</sup>, em 1959, um trabalhador ganhando o salário mínimo precisava trabalhar 65 horas e 5 minutos para comprar a “ração média essencial”<sup>86</sup>, para uma família composta por quatro pessoas. Em 1979, precisava trabalhar mais do que o dobro do tempo, ou seja, 153 horas e 4 minutos.

As relações do governo militar com a USAID - United States Agency for International Development, que gerenciava o “Programa Alimentos para a Paz”, foram intensificadas logo no início da ditadura, em 1964. O objetivo dessa parceria

---

<sup>82</sup> FICO, op cit.

<sup>83</sup> PILLOTI, F.; RIZZINI, I. **A arte de governar crianças**. Rio de Janeiro: AMAIS, 1995.

<sup>84</sup> FAUSTO, op cit.

<sup>85</sup> DIEESE, reproduzido na revista *Isto É*, de 07/05/1980

<sup>86</sup> Definida pelo Decreto-Lei nº 399, de 30/04/1938.

era o de reforçar o Programa Merenda Escolar, criado em 1955, o qual passou a denominar-se Campanha Nacional de Alimentação Escolar – CNAE, sob a coordenação de militares. Os entendimentos com as indústrias de alimentos formulados ou “nutricionais” foram ampliados, e essas indústrias, foram reconhecidas pelo governo como de segurança nacional, pois forneciam produtos formulados desidratados para os treinamentos militares. Houve, segundo COUTINHO, necessidade de garantir um mercado cativo para essas empresas, o que foi feito pelo Programa Merenda Escolar. Esse programa desenvolveu-se até o final da década de 60, quando foi praticamente paralisado diante da ameaça da USAID de retirar a ajuda alimentar ao Brasil, em virtude da diminuição dos estoques de excedentes agrícolas dos Estados Unidos<sup>87</sup>.

Em 1972, o governo criou o INAN – Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição, subordinado ao Ministério da Saúde, com as finalidades de funcionar como órgão central das políticas e das ações de alimentação e nutrição e de elaborar e propor o PRONAN – Programa de Alimentação e Nutrição. O I PRONAN foi criado em 1973, “com o objetivo de acelerar a melhoria das condições alimentares da população, contribuindo para a elevação dos níveis de saúde, índices de produtividade e níveis de renda”. Em virtude da crise por que passava o Programa de Merenda Escolar na época, causada pela extinção das doações de alimentos pelo Governo Americano, ao INAN restava dirigir suas ações ao grupo materno-infantil<sup>88</sup>.

Os altos índices de mortalidade na infância, que preocuparam os higienistas e os governos do século XIX e da primeira metade do século XX, continuaram sendo motivo de ações também do Ministério da Saúde, do governo militar que, em 1974, por meio do Programa de Saúde Materno Infantil, estabeleceu as metas que deveriam ser atingidas até 1980: a redução de 40% da mortalidade infantil, de 60% da mortalidade de crianças de 1-4 anos e 45 % da mortalidade materna. Para atingir esses objetivos, houve o reconhecimento de que os indicadores de saúde refletiam a situação de vida dos indivíduos e, por isso, tanto a família como a comunidade deveriam ser o alvo das atenções do programa e não, apenas, a mãe e a criança<sup>89</sup>.

---

<sup>87</sup> COUTINHO, Antonio O. N. Alimentação do brasileiro: uma visão histórica. **Saúde em Debate**, Londrina, n. 23, p.32-39, 1988.

<sup>88</sup> Ibid., p. 37.

<sup>89</sup>NOVAES, op cit.

O II PRONAN, lançado em 1975 e que vigorou até 1979, tinha, entre suas linhas de ação, a suplementação alimentar aos grupos materno-infantil, escolares e trabalhadores. A suplementação alimentar era considerada emergencial e transitória e deveria ter como alvo a população com renda inferior a dois salários mínimos. Para o grupo materno-infantil era fornecida tanto uma alimentação básica, à título de suplementação, quanto uma complementação alimentar, por meio de produtos formulados desidratados. A primeira, distribuída pelos serviços de saúde, era composta por alimentos básicos, excedentes de produção, adquiridos de pequenos agricultores. Esses pequenos agricultores, também, foram alvo das ações do II PRONAN, que estimulou a racionalização da produção e a comercialização de alimentos básicos. A complementação alimentar, composta por produtos industrializados, era distribuída pelas unidades assistenciais da LBA – Legião Brasileira de Assistência<sup>90</sup>.

Embora técnicos do INAN tenham começado a trabalhar na elaboração do III PRONAN, em 1980, esse programa não chegou a ser aprovado, optando-se pela prorrogação do anterior. No período 1980-1981, intensificou-se a crise econômico-financeira do país, resultando numa considerável redução de recursos que seriam destinados aos programas e projetos sociais em execução<sup>91</sup>. Uma segunda crise do petróleo agravou o balanço de pagamentos; as taxas internacionais de juros continuavam subindo, o que dificultou a obtenção de novos empréstimos do Fundo Monetário Internacional. Pela primeira vez, desde 1947, o PIB foi negativo, com uma queda de 3,1%, em 1981<sup>92</sup>. Nessa situação de crise, os programas sociais sofreram uma desaceleração, até com redução das metas de atendimento à clientela materno-infantil, através das ações básicas de saúde e suplementação alimentar. Apesar disso, elaborou-se o programa de incentivo ao aleitamento materno, cujas atividades foram integradas às demais ações de promoção e saúde da criança.

A crise econômica e financeira continuou, a ponto de a década de 80 ter sido considerada como a década perdida, pois os índices de crescimento no país, nesse período, declinaram. O custo social das medidas recessivas foi alto, repercutindo nos índices de desemprego, na queda de rendimento dos assalariados

---

<sup>90</sup> COUTINHO, op cit.

<sup>91</sup> BRASIL. MS/INAN., op cit.

<sup>92</sup> FAUSTO, op cit.

e no aumento da desigualdade entre ricos e pobres<sup>93</sup>. No período de 1960 a 1981, 5% da população mais rica aumentou sua participação na renda nacional de 28,3% para 32,7%, enquanto a participação dos 50% mais pobres declinou de 17,45 para 14,2%<sup>94</sup>. Em 1984, as três classes de renda mais baixa (miseráveis, até ½ salário mínimo-sm; indigentes, de ½ a 1 s.m; e pobres de 1 a 2 s.m. mensais) compreendiam 61,2% da população economicamente ativa, no Brasil<sup>95</sup>. Foi a herança de um longo período de ditadura, em que tanto os índices de crescimento econômico quanto o desenvolvimento das condições para o agravamento da miséria social foram notáveis.

Com a passagem do regime militar para o civil, o discurso que enfatizava a proteção aos grupos da população vulneráveis à desnutrição, tanto no aspecto social como no biológico e que caracterizou os programas de alimentação e nutrição, no período 1970-1984, foi substituído pelo discurso de “política de combate à fome e ao desemprego.”<sup>96</sup> Esses enunciados faziam parte do discurso maior da Nova República, que se propunha a resgatar a dívida social do país. A fome e o desemprego, que não fizeram parte do planejamento do governo militar, foram incluídos na proposta do governo civil.

O PRONAN, desenvolvido pelo INAN durante o regime militar, foi substituído pelos Programas prioritários de Alimentação Popular. A categoria discursiva “alimentação popular”, segundo VASCONCELOS, foi uma estratégia para descaracterizar o continuísmo do programa executado durante a ditadura. A proposta desse programa era erradicar a fome no Brasil, a partir da distribuição gratuita de alimentos, sendo apresentado como a principal bandeira das Prioridades Sociais da Nova República<sup>97</sup>. Novamente, ignorou-se a verdadeira causa da desigualdade social, apregoando-se que a fome e a miséria poderiam ser combatidas com doações de alimentos.

No primeiro ano da Nova República (1985), não ocorreram mudanças significativas na situação econômica e social do país, o que criou um descontentamento crescente da população. A inflação que, em 1984, atingiu

---

<sup>93</sup> FAUSTO, op cit.

<sup>94</sup> COUTINHO, op cit.

<sup>95</sup> FAUSTO, op cit.

<sup>96</sup> VASCONCELOS, F. A. G. A política social de alimentação e nutrição no Brasil: acumulação de capital e reprodução da fome/desnutrição. **Saúde em Debate**, Londrina,,p. 42, dez.,1988,

223,8%, no ano seguinte, chegou a 235,5%. Além disso, aumentaram as disputas partidárias e cresciam as denúncias de favoritismo a amigos e grupos econômicos. Entre a população, difundia-se a imagem de um presidente imóvel, que agia apenas no sentido de favorecer interesses particulares<sup>98</sup>.

A 28 de fevereiro de 1986, o presidente Sarney anunciou ao país o Plano Cruzado, através de uma rede de emissoras de rádio e televisão, instituindo mudanças importantes, como: a moeda em vigor (Cruzeiro) foi substituída pelo Cruzado, na proporção de 1000 por 1; foi abolida a indexação, os preços e as taxas de câmbio foram congeladas, o salário mínimo foi reajustado pela média dos últimos seis meses, acrescido de um abono de 8%,<sup>99</sup> entre outras. Essas medidas criaram um clima de otimismo entre a população brasileira e, nesse contexto, foi realizada a 8ª Conferência Nacional de Saúde, que aprovou a criação do Sistema Único de Saúde – SUS, cabendo ao Estado garantir o direito à saúde de todos os cidadãos brasileiros<sup>100</sup>. A Constituição Brasileira de 1988, em seu artigo 201, ratifica esse direito.

Nesse mesmo ano, foi realizada a Conferência Nacional de Alimentação e Nutrição, quando se identificou a necessidade de mudanças profundas no modelo de desenvolvimento econômico e social para a erradicação dos problemas nutricionais do Brasil<sup>101</sup>. A Conferência reconheceu a alimentação também como um direito de todos os cidadãos e, para isso, ao Estado caberia a implantação de políticas adequadas à garantia desse direito.

Entretanto, continuaram as políticas emergenciais de distribuição de alimentos à população. Em 1986, foi criado o Programa Nacional do Leite para Crianças Carentes – PNL, que ficou popularizado como “o leite do presidente” ou “o leite do Sarney”. No contexto do Programa de Alimentação Popular, o objetivo era não permitir que nenhuma criança ficasse sem alimentação, escola e proteção à saúde. Por isso, até 1989, seriam entregues um litro de leite, todos os dias, a 10 milhões de crianças e fornecidas merenda escolar todos os dias, inclusive nas férias, para 34 milhões de escolares e cesta básica de alimentos para 15 milhões de

---

<sup>97</sup>VASCONCELOS, op. cit.

<sup>98</sup> FAUSTO, op cit.

<sup>99</sup> Id.

<sup>100</sup> VALENTE, Repensando a área dentro da perspectiva da Conferência Nacional de Alimentação e Nutrição. Londrina, **Saúde em Debate**, p. 50-57, dez.,1988.

gestantes, nutrizes e crianças até 4 anos<sup>102</sup>. Durante a Nova República, o governo investiu nos programas sociais, numa tentativa de compensar tanto os altos índices de miséria como o empobrecimento da classe média.

A proposta do PNL era doar um litro de leite a todas as crianças menores de sete anos, cujas famílias tivessem um rendimento inferior a dois salários mínimos mensais. Porém, mais da metade das famílias brasileiras estavam incluídas nessa categoria salarial. A crise da pecuária leiteira tornou impraticável a expansão do abastecimento para os milhões de beneficiários potenciais. Nesse sentido, o governo utilizou vários mecanismos, como a importação e o subsídio à importação, o que não impediu que o produto desaparecesse do mercado, no período do congelamento de preços<sup>103</sup>.

Como podemos observar, os programas governamentais de suplementação e complementação alimentar ao grupo materno-infantil continuaram na década de 80. No Estado do Paraná, por exemplo, além do leite em pó, foram distribuídas as misturas lácteas e a proteína texturizada de soja, fabricadas por empresas sediadas no próprio Estado.

O que se verifica em todos esses programas de educação para a saúde ou em relação à alimentação é que foram dirigidos às classes sociais mais carentes na tentativa de resolver seus problemas, como se suas manifestações fossem a causa de todas as mazelas que afligiam esses grupos e não o reflexo de uma situação de vida.

Os programas assistencialistas do governo continuam até os dias atuais, modificados na roupagem, porém com a mesma intenção: diminuir os índices de morbidade e mortalidade infantis, já que as políticas governamentais não conseguem mudar a estrutura econômica do país por meio de uma distribuição mais justa da riqueza nacional. A cada novo governo, criam-se novos programas, sempre com a característica de “emergenciais”, mas que se perpetuam tanto no tempo como na essência.

Em relação ao Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno, foram inúmeras as publicações na área de saúde lançadas a partir dele, tanto no

---

<sup>101</sup> VALENTE, op. cit.

<sup>102</sup> VASCONCELOS, op cit.

<sup>103</sup> Id.

sentido de orientar a população e os profissionais sobre a importância do retorno ao aleitamento materno, como na avaliação dos resultados de tal iniciativa. As causas apontadas para o desmame precoce foram os seguintes: 1) o despreparo dos profissionais de saúde para a orientação e apoio adequados às mães; 2) o comportamento da mulher que preferia voltar-se para o mercado de trabalho e que, por opção ou desconhecimento sobre a importância da amamentação, escolhia um tipo de alimentação que considerava mais fácil, prática e moderna; e 3) a indústria com seu marketing que tentava sensibilizar a ambos (profissionais de saúde e mães).

Muitos estudos foram efetuados, no sentido de verificar os resultados de tamanho investimento. Cinco anos depois do seu lançamento, em 1986, verificou-se que a duração mediana da amamentação aumentou nas regiões metropolitanas de São Paulo e Recife, e que na primeira passou de 2,9 para 4,2 meses, e em Recife, de 2,2 para 3,5 meses<sup>104</sup>. Embora o tempo de duração não tivesse um aumento espetacular, pode-se dizer que apresentou uma elevação que, certamente, contribuiu para a melhoria do estado nutricional e de saúde das crianças dessas regiões.

O MS/INAN apresentou resultados de estudos, também efetuados nas regiões metropolitanas de São Paulo e Recife, sobre o período de duração por tipo de aleitamento materno, exclusivo e misto, os quais apresentamos nas tabelas que seguem:

TABELA 3 - DURAÇÃO E INCREMENTO AO ALEITAMENTO MATERNO NA GRANDE SÃO PAULO.

Observações realizadas	Ano/duração em dias		Incremento
	1981	1987	(%)
Aleitamento exclusivo	43,2	66,6	54,0
Aleitamento misto	89,4	129,6	45,0

FONTE: CEBRAP/FINEP/MS.

NOTA: Tabela Extraída de: MS/INAN. Incentivo ao aleitamento materno: a experiência de Brasília. Conferência proferida por Marcos de Carvalho Candau, na Reunião sobre aleitamento Materno na década de 90, em Florença, Itália, agosto de 1980.

<sup>104</sup> RÉA, M. F. Reflexões sobre a amamentação no Brasil: de como passamos de 10 meses de duração. **Cadernos de Saúde Pública**. São Paulo, 19, supl. 1, p. S37-S45, 2003.

De acordo com esses dados, houve um aumento considerável na duração e no incremento do aleitamento exclusivo<sup>105</sup> e misto, na grande São Paulo, no período de início do PNIAM e seis anos mais tarde (1987).

TABELA 4 - DURAÇÃO E INCREMENTO AO ALEITAMENTO MATERNO NA GRANDE RECIFE.

Observações realizadas	Ano/duração em dias		Incremento
	1981	1987	
Aleitamento exclusivo	14,1	72,9	417,0
Aleitamento misto	65,7	104,4	59,0

FONTE: CEBRAP/FINEP/MS.

NOTA: Tabela Extraída de: MS/INAN. Incentivo ao aleitamento materno: a experiência de Brasília. Conferência proferida por Marcos de Carvalho Candau, na Reunião sobre aleitamento Materno na década de 90, em Florença, Itália, agosto de 1980.

Os dados da Grande Recife são muito significativos, com destaque para o incremento alcançado na duração do aleitamento exclusivo e ampliação do período do aleitamento misto. Contudo, a avaliação quanto à duração do aleitamento tenha sido positiva, no período 1981-1987, nas áreas metropolitanas de São Paulo e de Recife, ainda continuava distante do objetivo proposto pelo Programa que estabeleceu como meta uma duração de seis meses, ou seja, de 180 dias de aleitamento materno exclusivo.

Outro resultado atribuído ao crescimento dos índices de amamentação foi a redução da mortalidade infantil, conforme dados divulgados pelo Ministério da Saúde e referentes à região metropolitana de São Paulo<sup>106</sup>. A tabela que transcrevemos mostra o resultado de dois estudos: um, comparativo sobre os índices de mortalidade infantil na Grande São Paulo, considerando a redução por causas de morte, nos anos de 1980 e 1987; e outro, especificando a redução total e a redução atribuída à melhoria da amamentação.

<sup>105</sup> De acordo com a mesma fonte BRASIL MS/INAN. **Incentivo ao ...** op cit., o aleitamento materno exclusivo é definido quando a criança recebe “somente leite materno de sua mãe ou de uma ama ou extraído e nenhum outro líquido ou alimento sólido, com exceção de gotas ou xaropes de vitaminas, suplementos minerais ou medicamentos.” O aleitamento misto, inclui, além do leite materno, outro tipo de leite (fluido ou em pó).

<sup>106</sup> BRASIL. Ministério da Saúde; Instituto de Alimentação e Nutrição. **Incentivo ao aleitamento materno: a experiência brasileira.** Conferência proferida pelo Doutor MARCOS DE CARVALHO CANDAU, Presidente do INAN, na Reunião sobre Aleitamento Materno na década de 90. Florença, Itália, agosto de 1990.

TABELA 5 - COEFICIENTES DE MORTALIDADE INFANTIL (CMI) EM 1980 E 1987, REDUÇÃO GLOBAL DA MORTALIDADE E REDUÇÃO ATRIBUÍVEL AO AUMENTO DA FREQUÊNCIA DA AMAMENTAÇÃO. GRANDE SÃO PAULO.

CAUSAS DE MORTE	CMI*		REDUÇÃO GLOBAL (a)	REDUÇÃO ATRIBUÍVEL À MELHORIA NA AMAMENTAÇÃO (b)		b/a
	1980	1987				
DIARRÉIA	10,67	2,90	72,8%	32,3%	0,44	
INFECÇÕES RESPIRATÓRIAS	12,22	6,45	47,2%	22,3%	0,47	
OUTRAS DOENÇAS INFECCIOSAS	2,94	1,94	34,0%	17,7%	0,52	
OUTRAS CAUSAS	29,34	25,63	14,5%	0,0%	0,00	
TODAS AS CAUSAS	55,17	36,92	49,4%	11,8%	0,24	

FONTES: FUNDAÇÃO SEADE, 1987. MONTEIRO, C. A; RÉA, M.F.; VICTORA, C.G. SÃO PAULO, 1988.

\* Obtidos por mil nascidos vivos (FONTE: Fundação SEADE).

NOTA: Tabela extraída de: MS/INAN. Incentivo ao aleitamento materno: a experiência de Brasília. Conferência proferida por Marcos de Carvalho Candau, na Reunião sobre aleitamento Materno na década de 90, em Florença, Itália, agosto de 1980.

Ao comparar os coeficientes de mortalidade infantil por causas de morte em momentos distintos, a tabela acima permite verificar que houve uma diminuição significativa, em 1987. Segundo o estudo, fica evidente a importância do aleitamento materno como fator interveniente na diminuição dos efeitos sinérgicos dos processos infecciosos sobre o estado nutricional das crianças e em consequência dos índices de mortalidade infantil.

Uma das metas do PNIAM era criar uma coordenação em cada estado, o que foi conseguido no final de 1981. Essa estratégia possibilitou a participação e o envolvimento no programa de diversas entidades, como a Conferência Nacional dos Bispos – CNBB, o Movimento Brasileiro de Alfabetização – MOBRAF, a Legião Brasileira de Assistência – LBA, associações de classe como a Federação Brasileira

de Ginecologia e Obstetrícia e a Sociedade de Pediatria, além de centenas de grupos de mães, organizados em diversos pontos do país.

Até 1988, não foram implantadas outras políticas de proteção ao aleitamento materno. Tentou-se transformar o código internacional que havia sido aprovado pela Assembléia da Organização Mundial da Saúde, em 1981, em norma brasileira, porém a proposta foi arquivada pelo INAN, em 1983, depois do parecer jurídico do Ministério da Saúde. Entretanto, esse fato não impediu que a indústria de leite em pó sofresse pressão internacional do grupo IBFAN – International Baby Food Action Network, para que interrompesse suas promoções comerciais. Esse grupo incentivou um boicote internacional à Companhia Industrial e Comercial Brasileira de Produtos Alimentares - Nestlé, a qual mudou os rótulos das embalagens de leites para lactentes e outras formas de propaganda.<sup>107</sup> Embora o grupo que liderou o boicote fosse estrangeiro, o Brasil acabou sendo beneficiado, pois a Nestlé liderava, praticamente sozinha, o mercado de leite em pó no país, e por ser uma multinacional, as fábricas locais seguiam as orientações da matriz suíça.

A campanha do aleitamento materno foi enfraquecida, segundo RÉA, quando o Ministério da Saúde publicou uma portaria, em dezembro de 1983, estabelecendo que as ações de incentivo à amamentação fizessem parte das Ações Integradas de Saúde<sup>108</sup>. Nessa mesma época, o UNICEF redirecionou suas prioridades para um conjunto de ações básicas de saúde infantil, sendo o aleitamento materno uma delas. As demais foram o acompanhamento do crescimento, a rehidratação oral e a imunização.

Finalmente, em 1988, foram aprovadas políticas importantes pró-amamentação, no país: a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes, depois de meses de negociação com a indústria; as normas sobre o funcionamento dos Bancos de Leite Humano que, desde então, além da coleta, estocagem e processamento do leite, passaram a ser “centros nucleadores de atividades pró-amamentação”; a inclusão na nova Constituição Brasileira do direito da trabalhadora a quatro meses de licença maternidade e do pai a cinco dias de licença paternidade.

---

<sup>107</sup> RÉA, op cit.

<sup>108</sup> Id.

Se a década de 80 foi considerada perdida pelos economistas, pode ser considerada ganha pelas instituições que promoveram o aleitamento materno, por restringir a ação do marketing da indústria de alimentos destinados a lactentes e, especialmente, por ter constatado – na Grande São Paulo -, resultados favoráveis sobre a morbidade e mortalidade infantis.

### **3. ALEITAMENTO MATERNO OU ARTIFICIAL: PRÁTICAS AO SABOR DO CONTEXTO**

Hoje, a alimentação artificial é a mais difundida, (...) a mamadeira pode ser um substituto perfeitamente adequado para o seio (Pais e Filhos, out. 1969).

Leite Materno, o precioso líquido da vida (Pais e Filhos, maio, 1979)

Talvez seja o aleitamento materno a prática alimentar mais discutida e estudada em todos os tempos. Sua exaltação ou crítica dependem do momento histórico e cultural por que passa a sociedade. Em determinadas épocas, amamentar era considerado um ato apenas aceito em mulheres de classe social inferior, portanto desvalorizado entre os grupos sociais mais abastados, e o aleitamento mercenário ou o artificial eram os responsáveis pela sobrevivência - ou pela mortalidade - das crianças. Como vimos no capítulo anterior, em certos períodos, especialmente quando a desnutrição e a mortalidade infantis atingiram índices muito elevados, colocando em risco a sobrevivência da espécie humana ou representando um alto custo para os cofres públicos, os valores foram invertidos e a amamentação voltou a ser importante e até apresentada como a solução para esses problemas. Com maior ou menor intensidade, por motivos semelhantes ou diferentes, essas alternâncias no tempo fazem parte da história da amamentação.

#### **3.1 ALEITAMENTO MATERNO OU ARTIFICIAL : O DISCURSO DE SUAS PRÁTICAS**

No período estudado – 1960 -1988 -, ocorreram importantes mudanças nos discursos de profissionais de saúde, instituições oficiais e não governamentais sobre a alimentação infantil no primeiro ano de vida, especialmente quanto à orientação sobre o tipo de aleitamento a ser ministrado à criança. As alterações nos

enunciados devem-se às transformações econômicas, políticas, sociais, demográficas, científicas e culturais vividas pela sociedade brasileira nesse período.

Nas reportagens sobre o tema, publicadas em revistas de grande circulação da época, como *O Cruzeiro*, *Cláudia* e *Pais e Filhos*, fontes principais do presente trabalho, analisamos o teor dos discursos inseridos naquele contexto histórico.

A partir da consolidação do desenvolvimento industrial no Brasil, o qual, de acordo com PEREIRA ocorreu no período 1955-1961<sup>1</sup>, a indústria de leite em pó expandiu-se, especialmente pela entrada do marketing como ferramenta de promoção e venda desses produtos. As reportagens sobre alimentação infantil nos primeiros meses de vida, publicadas nas revistas analisadas, especialmente no início do período em estudo, abordavam tanto a prática do aleitamento materno como do artificial com leite em pó. Este último era apresentado de modo explícito como uma alternativa a ser considerada ou de maneira implícita, ao mostrar as dificuldades para a realização da amamentação, que acabavam por conduzir a leitora a optar pelo leite em pó ou sugerir essa opção. De uma maneira ou de outra, o leite industrializado estava presente, quando o tema era a alimentação do recém-nascido.

Essa situação pode ser demonstrada numa reportagem publicada no final de 1958, pela revista *O Cruzeiro*.<sup>2</sup> Embora antecedendo em alguns meses o período proposto, consideramos importante a análise desse discurso, pois caracteriza o modo como o aleitamento materno foi tratado nas primeiras décadas do período estudado.

A publicação aborda uma série de orientações para que as mães tivessem filhos saudáveis. Sobre a alimentação do recém-nascido, ressaltaram-se as vantagens do aleitamento materno, como: os aspectos nutricionais, embora fossem mencionadas sua deficiência em ferro<sup>3</sup> e algumas vitaminas; e os aspectos imunológicos, de temperatura adequada e de fácil digestibilidade. Também, mereceu destaque a questão econômica, um dos fatores bastante utilizados em todos os discursos favoráveis à amamentação, especialmente quando dirigidos às camadas sociais mais carentes. Outra vantagem destacada foi a constante disponibilidade do

---

<sup>1</sup> PEREIRA, L. C. B. , op. cit.

<sup>2</sup> “Ciência e ternura marcam encontro” *O Cruzeiro*, n. 3, p. 88-95, 01 nov., 1958.

<sup>3</sup> Nessa época, não se sabia que, embora com menor quantidade de ferro no leite humano, sua absorção pelo organismo infantil é mais eficiente do que a do leite de vaca.

leite, fator relacionado com a economia e a praticidade, uma vez que é a mãe a fonte do alimento, a qual - no entender do autor da reportagem - deve estar sempre próxima e disponível. Entretanto, para que a amamentação fosse bem sucedida, a reportagem, em sintonia com o discurso médico do período, apresenta uma série de exigências:

*para assegurar à mãe suficiente secreção láctea, deve ela ter repouso físico e mental, bem como serenidade e confiança, ajustados a uma alimentação sadia, com taxas suficientes de proteínas, sais minerais e vitaminas. Detalhe importante no aleitamento da criança é que o lactente deverá estar bem acordado, humorado, demonstrando ter fome e o ambiente devendo ser tranqüilo, fraldas secas, sem agasalho excessivo, narinas livres e posição confortável. Isto é importante.<sup>4</sup>*

Essas orientações descrevem uma situação desejada pela maioria das mães, porém dificilmente refletiam as condições das leitoras da revista e, por isso, de difícil realização. O autor da reportagem idealiza o cotidiano materno e não menciona os problemas que, com freqüência, a mãe precisa enfrentar por ocasião do nascimento de um filho, como: conjugar o tempo a ele dedicado com os demais afazeres da casa ou até com o trabalho fora dela; estar tranqüila, serena e descansada, quando a inexperiência da maternidade a deixa insegura e quando não acometida por uma depressão pós-parto; conciliar a atenção aos outros filhos e ao recém-nascido, cuja causa do choro, na maioria das vezes, ela ainda não aprendeu a identificar. Ainda, segundo a reportagem, ela deveria ter uma alimentação equilibrada, isto é, com todos os nutrientes e na quantidade exigida pela condição especial de seu organismo de lactante.

Sabemos que todas as lactantes deveriam usufruir condições adequadas para que a amamentação ocorresse: sem pressa, sem estresses, sem pressão, em ambiente tranqüilo e que tanto a mãe como a criança gozassem de bem-estar físico e emocional. Como tal situação, pelos motivos já abordados, seria privilégio de poucas, a insistência no ambiente ideal poderia levar a mãe a convencer-se da qualidade do leite em pó e de que a prática do aleitamento artificial não seria tão desgastante quanto a do materno, pelo menos nos aspectos físico e emocional. Tamanha exigência poderia levar a mãe a acreditar que a mamadeira exigiria

---

<sup>4</sup>“Ciência e ternura marcam encontro” O Cruzeiro, op. cit.

menos trabalho, seu filho estaria bem alimentado e, por isso, tal troca poderia até ser-lhe benéfica.

Nesse sentido, as exigências da mensagem para o ato de amamentar desencorajavam a mulher a fazê-lo, possibilitando justificativas para a adoção do aleitamento artificial.

Mesmo tratando-se de um período em que houve um aumento da participação feminina no mercado de trabalho, predominava ainda o conceito de que a mulher deveria dedicar-se ao lar e, por isso, era prática comum ela interromper seu trabalho em razão do casamento ou com a chegada do primeiro filho. Conforme apontamos ao citar BASSANESI, entre os anos 50 e 60, a mulher de classe média trabalhava fora de casa quando a renda do marido não era suficiente, ou seja, por necessidades econômicas. Porém, era responsável por todas as tarefas domésticas, pelo cuidado dos filhos e por adequar o salário do marido às necessidades do lar.<sup>5</sup>

Diante de todas as exigências que se faziam à mulher como “rainha do lar”, poderia parecer normal que o discurso sobre a amamentação estabelecesse também uma série de normas para ser bem sucedido. Se para a mãe de classe média, em sua maioria dedicada inteiramente à família, não era fácil conseguir amamentar seu filho de acordo com as condições ideais preconizadas pelos profissionais de saúde, para a mãe da camada mais pobre da sociedade, que precisava contribuir com o orçamento familiar, sujeita, portanto, a uma jornada dupla de trabalho, as dificuldades eram ainda maiores.

Embora o apoio à mulher que trabalhava e amamentava estivesse previsto em lei desde 1943<sup>6</sup>, a falta de creches e a preocupação da mãe com os filhos pequenos enquanto trabalhava foram temas de publicação na revista *O Cruzeiro: não há um número suficiente de creches e berçários aptos a atender tantas mães que tem de ajudar seus esposos na luta pela vida*<sup>7</sup>. O problema é abordado como característico dos grandes centros urbanos, onde as atividades das mulheres concentravam-se nos escritórios, nas repartições públicas, nas fábricas, no

---

<sup>5</sup> BASSANESI, op cit.

<sup>6</sup> BARROSO, op cit.

<sup>7</sup> O Cruzeiro, n. 31, p. 63-67, 16 maio, 1959.

comércio, nas profissões liberais. Contudo, poucos desses locais ou instituições estavam aptos a atender adequadamente a seus filhos.

Nesse sentido, mesmo que a amamentação fosse estimulada, a sociedade não apoiava a mulher a fazê-lo. Além de tudo, a descrição das condições necessárias para que ocorresse a produção láctea e a mãe pudesse amamentar acabava remetendo para a opção pelo aleitamento artificial, o que ficou evidente na seqüência do texto da reportagem em análise<sup>8</sup>: *Atualmente com os aperfeiçoamentos dos leites em pó, a composição mais próxima do leite humano e com os cuidados higiênicos com os utensílios para o seu preparo, dão os pediatras preferência a esse tipo, quando houver necessidade.* O enunciado não refere que tipo de necessidade justificaria a adoção do leite em pó, o que nos leva a acreditar que, dado à intensa divulgação do produto entre os médicos e as mães, qualquer motivo seria suficiente para que o aleitamento artificial prevalecesse.

A reportagem declara que o vínculo mãe-filho - tão enfatizado pelos profissionais de saúde, assim como pelos psicólogos e psicanalistas, como necessário ao desenvolvimento psicológico e emocional do bebê -, estaria garantido desde que o aleitamento artificial fosse o *mais semelhante possível ao natural* e a criança recebesse, *ao mesmo tempo, alimento, calor e afeto da mãe.* Para atender a essa exigência, a reportagem esclarece que a mamadeira deveria ser dada com a criança ao colo.

Percebe-se nesse enunciado, como em tantos outros do período em estudo, que, com a produção dos leites em pó modificados e com sua fórmula aproximada do leite humano, o discurso, embora defendendo a importância da amamentação, passou a colocá-la como substituível, procurando tranquilizar a mulher que não pudesse amamentar. Continuou seguindo a linha de que o aleitamento materno era fundamental, porém apontava a possibilidade do aleitamento misto e, se necessário, apenas o aleitamento artificial.

Durante todo o período em que se discursou sobre o tipo de aleitamento (materno, artificial ou misto) a ser empregado na alimentação de crianças, invariavelmente a orientação impressa ou a contida nas mensagens publicitárias foram no sentido de que a decisão da mãe só fosse tomada em conjunto ou depois de uma consulta ao pediatra ou ao obstetra. Mesmo em situações em que

amamentar ou não dependia única e exclusivamente da vontade materna, a mãe era aconselhada a consultar o médico, que sempre reivindicava sua participação em decisões sobre a alimentação infantil. Nesse sentido, a indústria utilizou o conhecimento e o prestígio da medicina para divulgar e orientar o aleitamento artificial e, por seu lado, os médicos reafirmaram seu poder, tomando para si a incumbência de prescrever as fórmulas lácteas a serem ministradas às crianças. Trata-se, como vimos em FOUCAULT, de um procedimento de controle do discurso – nesse caso, na sua construção -, efetuado por meio do conhecimento circunscrito a uma disciplina<sup>9</sup> - à medicina - valorizada pela indústria para atender a seus próprios interesses, e que passou a ser distribuído e aplicado na sociedade.

*É o pediatra quem indica qual o tipo de leite adequado para o seu filho. É ele quem vai modificando o leite à medida que a criança cresce.<sup>10</sup>*

*...a tendência, hoje em dia é que o pediatra e o obstetra se unam no sentido de dar à mãe o melhor atendimento. Tudo é tentado no sentido de orientar da melhor maneira a amamentação. Se realmente se impuser a decisão de interromper a alimentação [no caso de mãe que trabalha] esta será tomada pelos dois especialistas em conjunto.<sup>11</sup>*

*O pediatra é a única pessoa capacitada para dizer qual o tipo de leite em pó recomendado para seu filho.<sup>12</sup>*

*Com tantas possibilidades de escolha [referindo-se aos leites em pó], é melhor que você siga à risca a receita de seu pediatra. Ele lhe dirá que leite escolher e como prepará-lo.<sup>13</sup>*

Percebe-se que a implementação do aleitamento artificial está na raiz dos discursos, do mesmo modo que o pediatra passa a ser visto como um sujeito ativo na vida da mãe e do filho.

Lembramos que, desde as décadas de 30 e 40, até depois da Segunda Guerra, os pediatras brasileiros seguiam a orientação da escola alemã, dando um valor extraordinário ao preparo de fórmulas e, por isso, consideravam-se como mais esclarecidos que seus colegas. Nas citações acima, percebe-se que esse tipo de comportamento perdurou por várias décadas, sendo observado em, praticamente, todos os discursos sobre alimentação no primeiro ano de vida.

---

<sup>8</sup> “Ciência e ternura marcam encontro”, *O Cruzeiro*, op.cit.

<sup>9</sup> FOUCAULT, A ordem..., op cit.

<sup>10</sup> *Cláudia*, p. 241, out., 1970.

<sup>11</sup> *Pais e Filhos*, p. 36, dez., 1971.

<sup>12</sup> *Cláudia*, p. 194, out., 1976.

Esses pediatras sentiam-se uma classe destacada na medicina porque dominavam um conhecimento que as mães, pessoas leigas no assunto ou, até profissionais de outras especialidades médicas, desconheciam. Também aqui, percebe-se o controle do discurso, por meio da “rarefação dos sujeitos que falam”, uma forma de poder que determina condições e que impõe regras as pessoas, para impedir tenham acesso a ele.<sup>14</sup> Para que os pediatras impusessem seu poder, havia a necessidade de valorizar e ampliar um conhecimento que, a princípio, empiricamente, a mãe tinha condições de colocar em prática, simplesmente amamentando ou preparando a mamadeira com leite fluido ou conforme as instruções da embalagem do leite em pó.

Em fevereiro de 1969, a revista *Pais e Filhos* publicou uma reportagem<sup>15</sup> em que se analisa pormenorizadamente as dificuldades que a mulher - especialmente aquela inserida no mercado de trabalho - encontrava para amamentar, ao mesmo tempo em que se destaca o valor imunológico do leite materno em relação às doenças infecciosas e o desenvolvimento psicológico do bebê que a relação mãe-filho proporciona. As dificuldades são detalhadas numa espécie de relato semanal de uma primípara (mãe pela primeira vez), em que fica evidente o descompasso entre as orientações do pediatra e a realidade vivenciada com o bebê. Tais dificuldades levaram à adoção do aleitamento misto na terceira semana depois do nascimento, por indicação do próprio profissional.

De acordo com o depoimento da mãe, transcrito na reportagem, as dificuldades aumentavam a cada semana. Fica evidente a preocupação com os horários das mamadas estabelecidos pelo pediatra, os quais a mãe não conseguia cumprir porque a criança, segundo ela, tinha *um apetite voraz*, levando-a a pensar que seu leite não era suficiente para alimentar o bebê. *Meu filho grita como se estivesse sofrendo muito*, o que, por certo, causava-lhe também muito sofrimento. Nesse período, os pediatras estabeleciam um horário rígido de amamentação, geralmente de três em três horas, com duração de 15 minutos em cada seio e que deveria ser seguido pela mãe. Porém, como o leite materno é de mais fácil digestão que os demais, normalmente, a criança sente fome antes do horário estabelecido.

---

<sup>13</sup> *Pais e Filhos*, p. 89, maio, 1972.

<sup>14</sup> FOUCAULT, A ordem..., op cit.

<sup>15</sup> A mulher já não sabe o que fazer da amamentação. *Pais e Filhos*, p. 33-37, fev. 1969.

Por isso, a recomendação atual dos profissionais de saúde é a oferta de acordo com a demanda do bebê, o quê, especialmente, nas primeiras semanas, é muito freqüente, ou seja, o intervalo entre as mamadas é muito pequeno. Também, não se determina o tempo de duração da mamada, ficando a critério da saciedade manifestada pelo bebê.

Na terceira semana, a mãe relatou o seguinte: *O pediatra acabou de diagnosticar – é fome. Indicou um leite artificial para complementar as mamadas ao seio e aconselhou que eu dê a mamadeira sempre depois do seio, para que o leite continue.* A inexperiência da mãe, aliada às orientações inadequadas ou insuficientes do médico, levou ao aleitamento misto e já, no segundo mês, ao aleitamento artificial. Se o pediatra tivesse orientado a mãe para que amamentasse sempre que o bebê manifestasse fome, provavelmente a amamentação teria se prolongado por um período maior de tempo, dispensando o aleitamento misto, o qual, rapidamente, levou à suspensão do aleitamento materno.

O depoimento dessa mãe deixou claro sua preocupação com o retorno ao trabalho, a influência dos familiares, a dificuldade em conciliar as exigências do marido com as do bebê, as noites mal dormidas, os compromissos sociais e sua culpa, especialmente quando seu obstetra condena sua decisão em interromper a amamentação no final do segundo mês. Na tentativa de diminuir a culpa, prefere pensar que, com o próximo filho, conseguirá *conduzir as coisas de modo diferente*<sup>16</sup>... , provavelmente com base em sua mal sucedida experiência, pois, durante vários anos, os pediatras permaneceram com a mesma orientação, não somente em relação à freqüência e à duração das mamadas, como também à pouca valorização do aleitamento materno.

A preocupação das mães em amamentar seus filhos, a responsabilidade com o êxito desse processo e o sentimento de culpa quando não é bem sucedido têm origem no último terço do século XVIII, quando, segundo BADINTER, a imagem, o papel e a importância da mãe no cuidado de sua prole são modificados de maneira radical. A partir daí, as publicações “impõem à mulher a obrigação de ser mãe antes de tudo” e criam o mito que perdura há mais de dois séculos: “o do instinto materno, ou do amor espontâneo de toda mãe pelo filho.”<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> *Pais e Filhos*, p. 33-37, fev., 1969.

<sup>17</sup> **BADINTER, op cit., p. 145**

A condenação da mulher pelo fato de não conseguir amamentar os filhos deve-se à medicina higienista, pois até então ela desconhecia que só amaria seus filhos se os amamentasse. Para COSTA, “os higienistas utilizavam este desconhecimento ou esta ignorância para obrigar as mulheres a amamentarem. Sem amamentação, diziam eles, não havia amor”<sup>18</sup>, discurso que, com o retorno do incentivo ao aleitamento materno, perdura até os dias atuais.

Desde o início do período em estudo, até meados da década de 70, a maioria dos discursos publicados nas revistas analisadas valorizava a amamentação, sempre destacando as vantagens dessa prática para a criança, ao mesmo tempo em que considerava as dificuldades que a mulher encontrava ao tentar realizá-la. De um modo geral, esses problemas eram tratados com realismo e, na impossibilidade de outra solução, a orientação ia no sentido da adoção do leite em pó. Uma reportagem<sup>19</sup>, por exemplo, argumenta que havia mães que, mesmo sem apresentar qualquer causa orgânica, não conseguiam ter leite suficiente ou o leite não descia, e o motivo, geralmente, estava na ansiedade, aliada, algumas vezes, ao choro do bebê, às responsabilidades profissionais, às influências familiares, entre outros. Para essas situações, a autora do texto recomenda que, depois da consulta ao pediatra e ao obstetra, a mãe optasse pela mamadeira, acrescentando que a prescrição de um leite artificial para substituir o natural é *mais fácil hoje do que antigamente*, sugerindo que a conduta dos profissionais de saúde em relação à alimentação do lactente sofreu modificações.

Tanto o desenvolvimento da indústria de leite como as transformações culturais por que passava a sociedade propiciavam a apresentação de alternativas para a alimentação infantil, cabendo à mulher – juntamente com o médico - decidir sobre a conduta a ser seguida. Algumas reportagens deixavam de abordar a possibilidade do aleitamento artificial apenas quando não havia alternativa, para se posicionarem francamente a favor dessa prática, liberando ou tentando liberar as mulheres de qualquer culpa ou constrangimento. Foi o caso de uma reportagem publicada pela revista *Pais e Filhos*, em outubro de 1969, enfatizando que a

---

<sup>18</sup> COSTA, op cit., p. 258

<sup>19</sup> *Pais e Filhos*, p. 36, dez., 1971.

amamentação deveria ser uma decisão da mulher e valorizando o aleitamento artificial ao lembrar que

*já houve uma época em que a mãe que não tinha condições de alimentar seu filho ao peito considerava-se inferiorizada. Hoje, a alimentação artificial é a mais difundida, especialmente nas grandes cidades, e se a natural é ainda considerada pelos médicos como a melhor para a criança, a mamadeira pode ser um substituto perfeitamente adequado para o seio.<sup>20</sup>*

A liberdade da mulher, as exigências da modernidade e o trabalho foram razões apontadas para a opção pelo aleitamento artificial, numa total inversão de valores em relação à décadas anteriores: nesse período, a mãe que amamentasse poderia ser vista como antiquada ou fora de contexto. A reportagem refere que, nos grandes centros urbanos, a alimentação artificial é a preferida, pela sua facilidade e segurança, citando que nos Estados Unidos e Japão existiam mamadeiras prontas, cujos frascos são descartáveis depois do uso. A referência, especialmente aos Estados Unidos, considerados como o centro da modernidade e de um estilo de vida a ser copiado, estimulava as mulheres a adotarem a mamadeira.

*A crescente simplificação trazida pela mamadeira libertou a mulher do horário rígido das mamadas tornando-lhe mais fácil dedicar-se ao trabalho ou diversões. Há ainda mulheres que, mesmo não trabalhando fora, preferem dar mamadeira aos filhos porque é mais moderno e outras porque usam como argumento a estética, aceitando o conceito de que dar de mamar engorda a mulher e a faz ficar com os seios caídos.<sup>21</sup>*

Percebe-se que, de modo inverso àquele empregado pela primeira reportagem analisada, e que fazia uma série de exigências para que a amamentação tivesse êxito, subjetivamente conduzindo para o aleitamento artificial, esta, explicitamente, aponta as vantagens que, no entender da autora, representa para a mulher e para a criança a adoção do leite em pó. De um modo ou de outro, a presença do aleitamento artificial foi constante nesses discursos.

A década de 60, inserida na “Era do Ouro”, foi também importante para as mulheres, especialmente para aquelas que lutavam pelos seus direitos. Nessa

---

<sup>20</sup> *Pais e Filhos*, p. 136, out., 1969

<sup>21</sup> Id.

década, fundou-se, nos Estados Unidos, a NOW - National Organization for Women -, movimento feminista que causou enorme repercussão em todo o mundo. A pílula anticoncepcional passou a ser fabricada e difundida no Brasil, abrindo para as mulheres a possibilidade de planejar o nascimento dos filhos e, ao mesmo tempo, proporcionando-lhes maior liberdade sexual. O trabalho feminino, no Brasil, passou a ser regulamentado, sendo proibida a discriminação de sexo para nomeações em repartições públicas, autarquias ou entidades paraestatais. Nessa década, propagou-se, no Brasil, a guerrilha contra a ditadura militar, que se estendeu até 1974, na qual várias mulheres foram à luta e acabaram presas, torturadas, mortas ou exiladas pela repressão. Diante desse contexto, a tendência foi para um discurso feminista e avesso a qualquer comportamento que indicasse passividade ou submissão. E amamentar, em meio a todas essas transformações e acontecimentos, poderia ser considerado um obstáculo à liberdade da mulher.

Nesse sentido, com algumas exceções, as reportagens sobre alimentação do recém-nascido seguiam a orientação da praticidade, do maior conforto e liberdade para a mulher. *Cada vez se torna menor o número de bebês alimentados ao seio. Será mais fácil dar mamadeira? Talvez. A mãe não fica presa ao bebê o dia inteiro e sabe exatamente o quanto ele mamou de cada vez.*<sup>22</sup> Ao mesmo tempo em que conquistava seu espaço, a mulher tinha a tranquilidade do controle sobre a alimentação do filho, feita por meio de fórmulas lácteas produzidas pela indústria, com o aval e a prescrição do pediatra. O “não ficar presa” ao bebê traduz a necessidade de liberdade que o movimento feminista e a indústria de leite em pó souberam tão bem explorar.

A coluna da revista *Cláudia*, “A Arte de Ser Mulher” de autoria de Carmen da Silva, desde 1962 e durante quase 20 anos abordou temas como sexualidade, reprodução e maternidade, no contexto do movimento feminista, defendendo os direitos da mulher. *Nossos corpos nos pertencem*, reivindicava várias vezes em suas reportagens, sem jamais abordar a importância da amamentação.

A indústria de leite em pó aproveitou o momento para divulgar com tanta ênfase seus produtos, que muitas reportagens escritas sob a consultoria de um pediatra trazem em seus textos as descrições e marcas de leites que poderiam substituir o leite materno.

São inúmeras as reportagens que exemplificam essa situação: uma delas, publicada pela revista *Cláudia*<sup>23</sup>, exalta a amamentação para, em seguida, afirmar que: *se você não pode amamentar, não se assuste: há uma infinidade de produtos que fazem o nenê ficar gordinho em pouco tempo*. As fórmulas lácteas, facilmente levavam ao sobrepeso ou deixavam o bebê “gordinho”, o que era considerado como sinônimo de robusto ou sadio, sendo esse mais um dos motivos da preferência da população pelo leite em pó. Sabe-se que o ganho de peso de uma criança alimentada exclusivamente com leite materno nos quatro ou seis primeiros meses de vida, geralmente, é menor do que o daquela alimentada com outros tipos de leite. Tanto que a curva de crescimento adotada pelo Ministério da Saúde<sup>24</sup>, ainda em uso, é considerada inadequada para a avaliação do crescimento de crianças amamentadas, pois foi construída num período em que a população foi alimentada com fórmulas lácteas.

A mesma reportagem citada mostra uma imagem de embalagens de produtos industrializados e nomina não apenas os leites em pó existentes no mercado, como também outros alimentos complementares, entre os quais, cereais, “potinhos” e tipos de açúcar próprios para bebês.

Além da produção e divulgação de diferentes marcas e tipos de leite em pó e alimentos complementares, outros produtos necessários ao preparo do aleitamento artificial, como mamadeiras, bicos, chupetas, fervedores, foram produzidos e divulgados. Esses produtos, com muita frequência, eram divulgados no meio ou no final das reportagens sobre alimentação infantil ou aleitamento.

O teor desses discursos e o próprio contexto social e político levaram as mães a pensar no aleitamento *não como prova de dedicação ao bebê, mas como uma coisa de que você gosta. E de maneira alguma se desesperar se não puder amamentar*<sup>25</sup>, o que tornou esse momento muito diferente daquele em que as mulheres se sentiam culpadas quando não amamentavam. A preocupação com o bem-estar e a tranquilidade da mulher é uma característica importante que aparece

---

<sup>22</sup> *Pais e Filhos* “Caderno do Recém-nascido”, p. 89-91, maio 1972.

<sup>23</sup> *Cláudia*, “Atenção o nenê vai comer”, p. 241-242, out., 1970.

<sup>24</sup> Trata-se da curva de crescimento de 0 a 18 anos, construída pelo National Center Health Statistic – NCHS, através de vários estudos com a população americana no período de 1929 a 1975. A curva foi recomendada como referencial para a população americana em 1977 e, posteriormente, foi reconhecida e recomendada pela OMS como padrão de referência internacional.

<sup>25</sup> *Cláudia*, p. 149-152, fev., 1981.

nesses enunciados, diferente do que aconteceu na década de 80, quando o foco dos discursos foi a criança, e à mãe cabia amamentar, independentemente de sua vontade ou condição física, emocional e social.

Nesse período, o “milagre econômico”, ao mesmo tempo em que provocou - conforme já descrevemos - enormes desigualdades regionais e sociais, beneficiou muitos setores da sociedade, como a classe média, que teve acesso ao crédito fácil e pôde realizar sonhos antigos, como o de adquirir o primeiro (ou o segundo) automóvel, a casa própria e eletrodomésticos que facilitaram as tarefas domésticas. Os anos 70, considerados politicamente como “anos de chumbo”, foram também anos de ouro ao abrir novas fronteiras geográficas, econômicas e possibilitando que as pessoas se deslocassem em direção a todos os pontos cardeais do país, da mesma maneira em que se moviam para cima e para baixo na escala social: “anos obscuros para quem descia, mas cintilantes para os que ascendiam.”<sup>26</sup>

Os meios de comunicação, particularmente a televisão, tiveram um impacto muito grande no país, especialmente a partir do momento em que se iniciaram as primeiras transmissões em rede, em 1969. Na televisão, os setores médios da população encontravam seu lazer. Por meio das novelas, dos programas de variedades e telejornalismo, a população foi informada, embalada, anestesiada. A publicidade, que teve um grande desenvolvimento e crescimento no período, teve um papel importante na expansão da indústria cultural, como também no estímulo ao consumo de bens duráveis e outros produtos que a indústria lançava no mercado.

O novo surto desenvolvimentista caracterizou-se também pelos novos bens de consumo oferecidos nos recém-inaugurados supermercados. Aderir aos reclames da publicidade, bem como dos meios de comunicação em geral, que informavam, mostravam novas possibilidades, descortinavam novos horizontes, era participar de um movimento de modernidade do qual a mulher não podia ficar alheia. Cada vez mais, a mulher era estimulada a manifestar-se, a tomar decisões em relação à sua vida e ao seu futuro.

No mesmo momento em que os discursos sobre a alimentação infantil anunciavam que a prática do aleitamento materno deveria ser adotada - agora de

---

<sup>26</sup> REIS FILHO, D. A. Ditadura militar, esquerdas e sociedade no Brasil. **Diálogos**. La insignia, p. 12, 29 mar., 2001. Disponível em: <<http://www.lainsignia.org./2001>>. Acesso em 18/11/ 2003.

forma exclusiva - e no mesmo mês e ano (fevereiro de 1981) em que foi lançado o Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno (PNIAM) pelo Ministério da Saúde, a revista *Cláudia* publicou uma reportagem em que reafirmava ser da mulher a decisão sobre o tipo de alimento a ser dado à criança. Com o título *Amamentar é uma escolha sua. Não uma obrigação*, faz a seguinte chamada:

*Antigamente nenhuma mulher se colocaria essa questão. A amamentação era consequência lógica da gravidez. De repente, tudo mudou. O que era natural se tornou tema de debate. E faz-se até publicidade em torno do seio materno, como gente rica e segura de nutrição! Essa história é meio complicada e é preciso conhecê-la, para poder escolher. Porque amamentar, hoje em dia, é uma escolha que a gente faz.<sup>27</sup>*

Como já abordamos em capítulo anterior, nem sempre a amamentação era uma “consequência lógica da gravidez”, pois houve longos períodos em que as mulheres, especialmente as das classes sociais mais privilegiadas, não amamentavam. Amamentar não é um processo tão “natural” como anunciavam intelectuais, profissionais de saúde, educadores e instituições oficiais e não governamentais. Inúmeros fatores estão envolvidos: as condições físicas e emocionais da mãe, depois do parto; a atenção dos profissionais; o apoio familiar, especialmente do marido - aqui, entra a questão da sexualidade -; as condições sócio-econômicas; as preocupações com o trabalho em casa e/ou fora dela; os demais filhos. São fatores que, com maior ou menor intensidade, interferem no processo de lactação. Por isso, acreditamos que a decisão de amamentar deveria ser tomada pela mulher, devidamente esclarecida de todas as vantagens para o bebê, sem minimizar ou omitir as dificuldades a serem enfrentadas nesse processo, sem qualquer tipo de prêmio, punição ou culpa.

Voltando à reportagem, todo o seu enunciado segue o sentido oposto do discurso das instituições governamentais e dos organismos internacionais, que associavam os baixos índices mundiais de aleitamento materno às altas taxas de desnutrição e mortalidade infantis. Lembrada por esses órgãos como uma prática natural dos mamíferos, sendo a mulher a única fêmea que renunciou às suas vantagens, a reportagem argumenta que para nós, seres racionais, tudo é mais

---

<sup>27</sup> *Cláudia*, p. 149-152, fev., 1981.

complicado: *a vida social, a promiscuidade, a falta de higiene geraram tensões e vírus*, enquanto *o parto teve seus momentos de terror*<sup>28</sup>. O avanço da ciência e da tecnologia médica, com todas as medidas de segurança, reduziram, em muito, a mortalidade materna por ocasião do parto e contribuíram para a diminuição dos índices de mortes de crianças antes do nascimento e durante estes. Sabemos, entretanto, que muitos bebês continuaram a morrer antes de completar um ano de idade nas regiões mais pobres do país, locais sem acesso aos serviços de saúde e saneamento básico e, portanto, muito distantes do avanço da ciência e da tecnologia.

Enquanto os discursos oficiais enfatizavam a importância do aleitamento materno para o desenvolvimento físico, mental e emocional da criança, a reportagem procurava defender a mulher da classe média, cujo filho podia ter um ótimo desenvolvimento sem, necessariamente, consumir o leite de sua mãe ou de outra mulher. Argumentava que, no hospital, são tomadas todas as medidas de segurança para manter a criança viva, e mesmo que a mãe não amamentasse, poderia criar laços afetivos com o filho, de outra maneira. *Um século depois do primeiro banho de éter, descobriu-se que o recém-nascido não pode desenvolver-se normalmente sem o direito ao seio e ao carinho. Seio que não quer dizer leite, mas corpo que aninha e afaga*<sup>29</sup>. Distinção esta que os organismos defensores do aleitamento materno não faziam e insistiam no argumento antigo dos higienistas, para os quais, amar era amamentar.

### 3.2 ALEITAMENTO MATERNO EXCLUSIVO: A SACRALIZAÇÃO DE UMA PRÁTICA.

Conforme abordado em capítulo anterior, organismos internacionais retomaram a questão do “natural ou da natureza”, já utilizada em outras épocas, para sensibilizar as mulheres e a sociedade sobre a importância do aleitamento materno. Durante décadas, a indústria de leite em pó desenvolveu-se a pleno vapor,

---

<sup>28</sup> *Cláudia*, p. 149-152, fev., 1981.

<sup>29</sup> *Cláudia*, p. 149-152 fev., 1981.

cooptando os pediatras que, prontamente responderam com a divulgação e prescrição dos chamados leites “maternizados” na alimentação dos lactentes. Nesse mesmo período, o governo brasileiro adquiriu leite em pó e distribuiu para crianças de famílias de menor renda, em postos de saúde e de puericultura, em todo o Brasil. Somente então, a OMS/UNICEF decidiu olhar com preocupação para os altos índices de desnutrição e mortalidade infantis, no Terceiro Mundo, e recomendou a todos os governos nacionais (inclusive o brasileiro) a fazê-lo.

Esses altos índices, provavelmente, tenham sido motivados pelas crises econômicas ocorridas em meados da década de 70 e que, em razão do avanço tecnológico e da automatização na indústria, levaram milhões de trabalhadores ao desemprego. Outro fato que, certamente, também contribuiu para a desnutrição e mortalidade infantis, foi a crise do petróleo, que provocou recessões econômicas em todo mundo e graves repercussões nos indicadores sociais dos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento. Durante as “Décadas de Crise”, como refere HOBBSAWM<sup>30</sup>, que compreenderam o período entre o início dos anos 70 até o início dos anos 90, os bens reais dos países pobres não acompanharam o crescimento de suas dívidas, tanto que os países que mantinham investimentos no Terceiro Mundo resolveram cancelar uma grande parte deles. Em consequência, as condições de vida, já precárias, de uma grande parcela da população, agudizaram-se, dificultando ainda mais seu acesso aos serviços de saúde e alimentação e aumentando as taxas de morbi-mortalidade infantil.

Outro fator que acreditamos tenha influenciado a decisão dos organismos internacionais a manifestar-se e recomendar que novos rumos fossem tomados pelos governos, comunidade científica e sociedade em relação à alimentação de lactentes e crianças foi a polêmica entre a indústria de leite em pó e diversos grupos sociais. A causa dessa polêmica foi a publicação, em 1974, do livro *The Baby Killer*, escrito por Mike Muller, um jornalista inglês. Nessa publicação, Muller denunciou que a elevação dos índices de desnutrição e mortalidade infantis nas populações pobres da África, Ásia e América Central devia-se ao marketing das indústrias desses alimentos.

Também no Brasil, na década de 70, especialmente a partir de 1975, começaram a ser publicados em revistas científicas, particularmente no *Jornal de*

*Pediatria* – um dos mais importantes periódicos da área<sup>31</sup> -, artigos que defendiam o aleitamento materno, destacando suas vantagens imunológicas, econômicas e sua importância como redutor da mortalidade infantil.

A declaração, já referida, da OMS/UNICEF, considerava o retorno ao aleitamento materno como uma estratégia de desenvolvimento. Em épocas anteriores, conforme já descrito, alguns pediatras brasileiros, preocupados com o descaso do governo e da sociedade em relação aos altos índices de mortalidade infantil, apelavam para a representação dessas mortes na economia do país. Parece que a salvação dos bebês estava ao alcance de todos os países, muito mais próxima e mais econômica do que se podia imaginar: no seio de suas mães.

Acreditamos que, embora práticas aparentemente simples e eficientes como a amamentação pudessem contribuir para a diminuição dos óbitos infantis, não poderiam ser consideradas como única solução em países ou regiões onde a miséria predominava. Ao seu lado, deveriam ser implementadas políticas de distribuição de renda, medidas de saneamento básico, educação e acesso a saúde, entre outras.

Antecipando-se ao lançamento do PNAM, em 1981, a maior parte das reportagens publicadas pelas revistas *Cláudia* e *Pais e Filhos*, a partir da segunda metade da década de 70, mostrara-se integralmente favorável ao aleitamento materno. Se, em outras publicações - às vezes em revistas do mesmo ano -, o aleitamento artificial era aceito e até incentivado, nessas, não se aceitava sob nenhuma hipótese que a mulher não amamentasse. Não existiam contra-indicações ou impedimentos para o aleitamento materno. Se, até então, aceitava-se que a mulher poderia ter pouco leite ou simplesmente não ter, agora, *qualquer mulher sadia terá obrigatoriamente leite e a própria gestação e nascimento de um filho são a maior prova de que se é sadia*<sup>32</sup>, escamoteando-se, portanto, a possibilidade de qualquer enfermidade no período pré ou pós-natal.

---

<sup>30</sup> HOBBSAWM, op cit.

<sup>31</sup> O *Jornal de Pediatria* foi lançado em 01 de janeiro de 1934, no Rio de Janeiro, inicialmente com o título *A Pediatria*, e em setembro do mesmo ano teve seu nome alterado, o qual continua até os dias atuais. A revista, lançada por um grupo de pediatras líder no setor de ensino e serviços, em 1952, foi passada para a Sociedade Brasileira de Pediatria (SOUZA & ALMEIDA, op cit.)

<sup>32</sup> *Pais e Filhos*, jun., 1978.

Percebe-se, nesse enunciado, características de um “discurso autoritário”<sup>33</sup>, uma vez que este não admitia exceções à regra estabelecida pelas instituições oficiais de saúde, identificadas como agentes exclusivas e detentoras do saber.

Tal enunciado lembra o utilizado, no século XIX, quando a tradição médica e popular dizia que a nutriz não podia manter relações sexuais, pois seu leite azedaria, o que fez surgir uma verdadeira indústria do aleitamento, representada pelas amas de leite. Quando a mortalidade dessas crianças aumentou consideravelmente e muitas amas continuavam cobrando o pagamento pela amamentação de crianças já mortas, as mães foram encorajadas a aleitar seus próprios filhos. “Imediatamente acabou a incompatibilidade entre a relação sexual e o aleitamento”<sup>34</sup>... Percebe-se, pelo exposto, que os preceitos não mudam apenas em razão de novos conhecimentos, mas também de acordo com os interesses políticos ou econômicos.

Nessa mesma linha de raciocínio, outros exemplos podem ser citados, como as justificativas relacionadas com a quantidade ou qualidade do leite, apresentadas pelas mães que não conseguiam amamentar. A hipogalactia (baixa produção de leite) e a agalactia (a falta de leite) e o chamado “leite fraco” foram referendadas pela medicina do século XIX como eventos essencialmente biológicos, ou seja, causados pela formação imperfeita dos seios, por afecções e ulcerações destes ou causas relacionadas com a idade avançada das mães. Com essas causas, o poder médico justificava de modo satisfatório à população as situações de mães que não conseguiam amamentar<sup>35</sup>.

A partir da década de 40, no século XX, essas mesmas justificativas foram amplamente utilizadas pela indústria de leite em pó, na tentativa de valorizar e divulgar seu produto como substituto do leite materno. Com o retorno do incentivo a amamentação, na década de 80, essas questões são negadas e atribuídas à pouca vontade das mães para essa prática. Não existe leite fraco e *qualquer mulher sadia terá obrigatoriamente leite*<sup>36</sup> são alguns dos preceitos médicos referendados pelas instituições oficiais e organizações não governamentais. Novamente, um discurso que se apoiava apenas em questões biológicas, não considerava questões culturais

---

<sup>33</sup> ORLANDI, op cit.

<sup>34</sup> FOUCAULT, **Microfísica...** p.276.

<sup>35</sup> SOUZA & ALMEIDA, op cit.

<sup>36</sup> Pais e Filhos, jun., 1978.

e sociais, transformando esse argumento não só em um dogma, mas também em norma a ser cumprida por todas as mães, com a orientação dos profissionais de saúde.

Associado às chamadas de cunho científico, em que se orientava sobre a fisiologia das mamas ou o processo biológico da lactação, procurava-se provar que *a natureza é sábia*<sup>37</sup>, comparando-se a mulher às fêmeas animais e invocando-se para a beleza e quase santidade que representa a maternidade: *não é possível conceber imagem mais perfeita da maternidade do que a visão de uma mulher amamentando. O leite que nela se forma através de intrincado mecanismo, revela o mistério da vida...*<sup>38</sup> Percebe-se, nesses discursos, a mesma associação entre natureza e divindade, apontada por BADINTER, nos argumentos de militantes do aleitamento materno dos séculos XVIII e XIX, para os quais “lei da natureza” significava “lei divina”.<sup>39</sup>

Assim como BADINTER defende que o amor materno não é inato, acreditamos que a amamentação, também, não ocorre de modo espontâneo e natural. A lactação é um processo não apenas biológico, mas também psicológico, emocional e social. Por isso, entendemos que tanto quanto a expressão do amor materno, a amamentação está condicionada às variações sócio-econômicas da história, às situações de vida e do cotidiano das mulheres e, sobretudo, ao apoio que a sociedade pode lhes oferecer.

Muitos dos motivos e apelos que pretendiam chamar a atenção das mulheres, no final do século XVIII e durante todo o século XIX, para que amamentassem seus filhos, assemelhavam-se aos apresentados nesse último quarto do século XX. Embora um longo período de tempo tenha se passado, as razões que as mulheres contemporâneas apontam para não amamentar não diferem, na essência, daquelas de séculos anteriores, ou seja: a preocupação com o corpo e a sexualidade, as atividades e responsabilidades sociais e domésticas e o trabalho fora de casa ou (nos dias atuais) a realização profissional.

O prazer que a mulher sente ao amamentar - mesmo estando exposta aos maiores sacrifícios -, a recuperação mais rápida de sua forma física anterior à

---

<sup>37</sup> Pais e Filhos, maio, 1979.

<sup>38</sup> *Pais e Filhos*, out., 1979

<sup>39</sup> BADINTER, op cit.

gestação - pois *os hormônios da amamentação embelezam*<sup>40</sup> e aceleram a involução do útero - são algumas das promessas dos discursos analisados, a partir do lançamento do PNIAM.

O fato de a mãe trabalhar fora, ter que cumprir horários rígidos, enfrentar trânsito ou ônibus superlotados, correr e, na maioria das vezes, realizar ou, no mínimo, administrar todas as demais tarefas domésticas não impedem - segundo os discursos desse período - a mulher de amamentar nem diminuem a quantidade de seu leite: *Só não amamenta quem não quer. Esta é uma verdade que deve ser repetida, porque muita gente ainda a põe em dúvida*<sup>41</sup>. Assim, o processo da lactação e o ato de amamentar, nessas reportagens, estão na dependência total da vontade individual de cada mulher. De acordo com esses discursos, a possibilidade de não querer ou não desejar amamentar é considerado um erro e, por isso, deve ser ignorada. A questão do que é verdade lembra o pensamento de FOUCAULT: “o problema não é mudar a ‘consciência’ das pessoas, ou o que elas têm na cabeça, mas o regime político, econômico, institucional de produção da verdade”.<sup>42</sup> Nesse sentido, parece-nos que houve um exagero na construção desses enunciados, pois no afã de conseguir-se que todas as mães amamentassem seus filhos, o que, sem dúvida, seria o ideal, não se admitia qualquer impossibilidade, fosse ela orgânica, fisiológica, emocional ou social.

Percebe-se que resquícios de pensamentos e normas de condutas do século XIX estão presentes nesses discursos. COSTA foi muito feliz ao discutir as exigências herdadas da higiene e que pesam sobre os pais e mães atuais. O amor e o cuidado nunca são suficientes e “há sempre um ‘a mais’ a corrigir, um a ‘menos’ a tratar”.<sup>43</sup> Quando se trata da amamentação, os discursos são quase que unânimes em associá-la à grandeza do amor materno.

As revistas femininas estão repletas de depoimentos de mulheres que trabalhavam fora e conseguiam amamentar com sucesso, exemplos a serem seguidos. A feminista Carmen da Silva, principal defensora da mulher em reportagens da revista *Cláudia*, escreve um texto sobre o aleitamento materno, publicado em 1984 com o título: “Amamentação ponto de honra na plataforma

---

<sup>40</sup> *Cláudia*, p. 199-202, mar., 1984

<sup>41</sup> *Cláudia*, maio, 1979.

<sup>42</sup> FOUCAULT, *Microfísica...*, op cit. p. 14

<sup>43</sup> COSTA, op cit., p. 15-17.

feminista”<sup>44</sup>. Nessa publicação, procurava redimir-se de seu preconceito em relação à amamentação e passava a concordar que trabalhar e amamentar é uma conciliação difícil, mas não impossível. Afirmava que, mesmo enfrentando inúmeras dificuldades, a mulher consegue, pois ... *alimentar o próprio filho significa maternidade total*, o que podemos interpretar por: só pode ser considerada mãe, aquela que amamenta. O teor de seus discursos em favor do aleitamento materno contraria a defesa que fazia da mulher, em textos essencialmente feministas. De todo modo, ela não foi a única que, simplesmente parece ter aderido ao discurso considerado politicamente correto nesse período e que se caracterizou por ser muito diferente, por exemplo, daqueles que, em outros momentos, insistiam nas condições ideais para que o processo de lactação ocorresse.

Durante toda a campanha sobre amamentação, na década de 80, promovida pelos órgãos oficiais em profunda integração com diversos grupos sociais, a mídia teve um papel fundamental<sup>45</sup>. Divulgou os benefícios do aleitamento materno tanto para a mãe como para a criança por todos os meios, utilizando-se até de recursos com um efeito muito importante sobre as diversas camadas da população, como a divulgação de imagens, depoimentos e reportagens com atrizes muito conhecidas do público feminino.

Um exemplo desse fato foi a reportagem publicada pela revista *Cláudia*<sup>46</sup> com o título: “Nada substitui o leite materno. A mulher já tem consciência disso”, em que traz imagens das atrizes Lucélia Santos e Maria Zilda amamentando seus filhos. Da mesma maneira como a propaganda de determinados produtos ou marcas utiliza pessoas célebres para constituírem suas imagens, as instituições promotoras do aleitamento materno lançaram e continuam lançando mão de celebridades para divulgar essa prática.

---

<sup>44</sup> *Cláudia*, p. 199-202, mar., 1984.

<sup>45</sup> De acordo com RÉA, (2003, p.S 40), op cit., a primeira campanha na mídia “foi coberta por quase cem [sic] canais de TV (alcance de 15,5 milhões de famílias) e seiscentas estações de rádio (vinte milhões de famílias), além de quatro propagandas na imprensa escrita visando a atingir líderes formadores de opinião.” Embora RÉA tenha se referido a canais de TV, acreditamos que a referência seria a cem emissoras, pois, na época, o número de canais não alcançava uma dezena e não havia TV a cabo no Brasil.

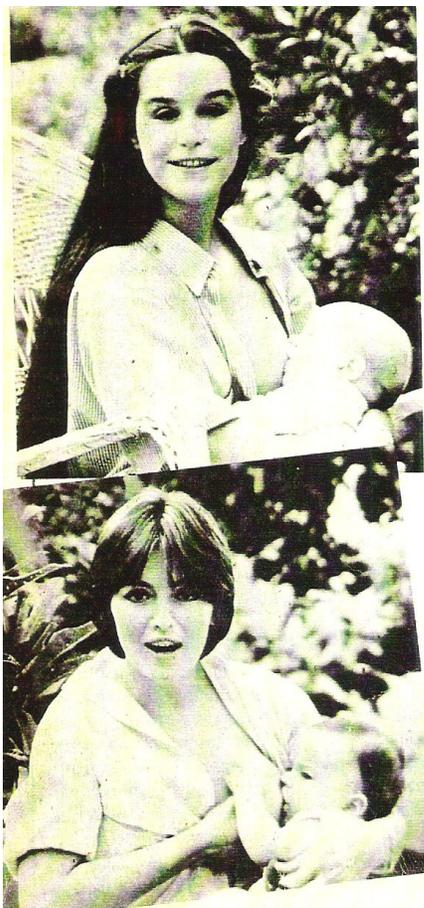


Imagem 1. *Cláudia*, p.199, mar. 1984.



Imagem 2. *Pais e Filhos*, p.26, ago., 1980.

Ao empregar a imagem de mulheres famosas amamentando, o PNIAM pretendia mostrar que a prática do aleitamento deveria ser universalizada, isto é, as mulheres de todas as camadas sociais tinham possibilidade de realizá-la. Lembramos que em determinados períodos da história as mulheres nobres e da elite consideravam vergonhoso amamentar seus filhos tanto que contratavam outras mães para fazê-lo. No período em estudo, a campanha de incentivo ao aleitamento materno divulgou imagens de mulheres famosas, geralmente jovens e belas, certamente, com o propósito de mostrar que essas mulheres não temiam que a amamentação interferisse na estética de seu corpo. Além disso, imagens de celebridades amamentando, mostram o belo, a harmonia e a perfeição, o que poderia transformar o ato de amamentar em um momento mágico, de transposição da realidade enfrentada pela grande maioria das mulheres, especialmente das camadas mais pobres da população ou das trabalhadoras.

No caderno especial “O primeiro ano do bebê”, publicado pela *Pais e Filhos*<sup>47</sup>, aparece a imagem da atriz Bia Seidel dando suco em mamadeira para seu bebê, ilustrando a orientação sobre a alimentação da criança aos dois meses de vida. Essa imagem, certamente, não seria publicada pela campanha de aleitamento materno, iniciada depois da publicação desse caderno, por ferir um dos princípios da amamentação exclusiva que é a não oferta para o bebê de qualquer alimento, até

<sup>46</sup> *Cláudia*, p. 38, maio, 1983.

<sup>47</sup> *Pais e Filhos*, p. 22-50, ago., 1980.

mesmo de água, chás e sucos até o sexto mês de vida.

Qualquer dificuldade ou insucesso em relação à amamentação passaram a ser atribuídos, pelas instituições favoráveis ao aleitamento, a três fatores. Em primeiro lugar, à mãe, pois como aceitar que *...negue a seu filho esse gesto de amor*<sup>48</sup>? Até mesmo a rejeição ao leite materno, pelo bebê, devia-se à insegurança, revolta ou angústia da mãe, que afetavam a criança, a qual passava a ter, segundo a reportagem, *ojeriza* não apenas ao leite mas, até ao seu contato físico. O segundo responsável era o profissional de saúde, especialmente os pediatras, já que 30% dos recém-nascidos em São Paulo saíam das maternidades alimentados com mamadeira, por sua orientação<sup>49</sup>. A desinformação desses profissionais sobre o aleitamento materno era muito grande, pois desde a década de 40 haviam sido sensibilizados para a utilização de substitutos do leite materno, de acordo com os preceitos da pediatria alemã e, mais tarde, da americana. À medida que a indústria do leite em pó – o terceiro responsável pelos baixos índices de aleitamento materno – se expandia e utilizava todos os recursos de marketing para a divulgação de seus produtos, intensificou-se a motivação dos profissionais de saúde para a adoção do aleitamento artificial.

Ao atribuir a responsabilidade pelo declínio da amamentação às mães e aos profissionais de saúde, as instituições governamentais davam uma resposta ao problema e tentavam saná-lo com medidas de orientação e treinamento aos dois segmentos. Em relação à indústria, em 1988, o governo aprovou as Normas Brasileiras de Comercialização de Alimentos para Lactentes, com base no Código Internacional de Substitutos do Leite Materno, as quais foram atualizadas em 1992.

As diferenças sobre o tipo de aleitamento a ser dado à criança, em seus primeiros meses de vida, ficaram caracterizados nos discursos até aqui analisados. Acreditamos que a figura abaixo, que aparece numa reportagem sobre educação sexual, com o título “O Jogo da Verdade”<sup>50</sup>, cujo objetivo era facilitar o diálogo entre pais e filhos sobre o assunto, ilustra essa questão.

---

<sup>48</sup> *Pais e Filhos*, nov./1976

<sup>49</sup> Dados divulgados em um Curso de Amamentação Materna em São Paulo e citados na reportagem *A amamentação e seus inúmeros benefícios para mãe e filho*. *Pais e Filhos*, p. 86-87, jan., 1978.

<sup>50</sup> *Pais e Filhos*, p. 20-24, fev., 1972.

## 6. Quando o bebê nasce, quem o alimenta ?



*Ele mama no seio da mãe e não pode, de jeito nenhum, alimentar-se de outro modo?*



*Ele também pode ser alimentado com leite comum ou em pó, na mamadeira, dado pela mãe?*



*O pai pode dar a mamadeira ao nenem, segurando-o com muito cuidado e amor?*

Imagem 3. Pais e Filhos, p. 24 fev., 1972.

Nesse jogo, as crianças deveriam escolher a (s) alternativa (s) que considerassem correta (s):

- 1) *Ele mama no seio da mãe e não pode, de jeito nenhum, alimentar-se de outro modo?*
- 2) *Ele também pode ser alimentado com leite comum ou em pó, na mamadeira, dado pela mãe?*
- 3) *O pai pode dar a mamadeira ao nenem, segurando com muito cuidado e amor?*

Essa figura ilustra não apenas questões que as crianças deveriam responder, mas também as mudanças a respeito da alimentação no primeiro ano de vida e que marcaram um discurso heterogêneo, que variou de acordo com as transformações ocorridas na sociedade.

Até meados da década de 70, possivelmente, a resposta estaria nos dois primeiros quadros: se tivesse disponibilidade e vontade, a mãe amamentaria. Se surgissem dificuldades, poderia oferecer também - ou somente - a mamadeira (caracterizando o aleitamento misto ou artificial), a qual poderia ser dada por outra mulher. A partir do momento em que se iniciaram as discussões de gênero na

sociedade, a participação do pai nesse processo, encontrou espaço. Porém, com o retorno do incentivo ao aleitamento materno, a mamadeira passou a ser descartada, a figura masculina - como marido ou pai da criança - poderia aparecer como elemento de apoio à mulher, para que a amamentação se concretizasse.

Embora o campo de estudos de gênero tenha se consolidado no país, no final dos anos 70, simultaneamente ao fortalecimento do movimento feminista<sup>51</sup>, a imagem em questão faz essa abordagem ao destacar a assimetria existente nas relações sociais entre os sexos, tentando diminuí-la no contexto do cuidado com os filhos. Aqui, a figura masculina, representada pelo pai, surge como elemento importante na alimentação da criança, o que não aconteceu nos demais discursos analisados. Em todas as reportagens que analisamos, em nenhum momento, o pai foi citado, nem mesmo como o companheiro que poderia ajudar a mulher a decidir sobre o tipo de aleitamento a ser dado ao filho de ambos. Talvez, porque o pediatra, em muitas situações, assumiu o papel de orientador da decisão a ser tomada e porque, até então, o amor paterno tinha “a particularidade de só ser concebido e realizado à distância”<sup>52</sup>, pois a principal função do pai era a manutenção da família. Enquanto a mãe simbolizava a casa, o cuidado e a proteção dos filhos, especialmente durante os primeiros meses ou anos de vida, o pai representava “a lei, o vigor, o ideal, o mundo exterior”<sup>53</sup>, não lhe cabendo a participação nesses assuntos que diziam respeito as mulheres.

À medida que as discussões de gênero se fortaleceram, a figura do pai toma outra dimensão. Como argumenta BADINTER, a partir desse momento, “sob a pressão das mulheres, o novo pai materna o filho à imagem e semelhança da mãe. Ele se insinua, como uma outra mãe, entre a mãe e o filho, o qual experimenta quase indistintamente um corpo a corpo tão íntimo com a mãe quanto com o pai.”<sup>54</sup> Percebemos essa manifestação – embora ainda tímida -, na imagem, onde o pai aparece como uma pessoa que pode substituir a mãe ao alimentar seu filho com a mamadeira. Contudo, mesmo tentando diminuir a diferença entre os gêneros, ao demonstrar que o homem, também, pode alimentar o filho por meio da mamadeira, a

---

<sup>51</sup> FARAH, M. F. S. Gênero e políticas públicas. **Estudos Feministas**, Florianópolis, vol. 12, n. 1, p. 47-71, jan.-abr., 2004.

<sup>52</sup> BADINTER, op. cit., p. 321

<sup>53</sup> Ibid., p. 317.

<sup>54</sup> Ibid., p. 364.

desigualdade é representada pelo travesseiro ou almofada, como se os braços do pai não fossem tão confortáveis ou aconchegantes quanto os da mãe ou da mulher.

Como apresentado no decorrer deste estudo, o marketing das indústrias de leite em pó, por meio de intensas campanhas publicitárias, contribuiu para a construção de elementos culturais que valorizaram seus produtos como substitutos do leite materno. Este é o tema que apresentamos a seguir.

#### 4. SAÚDE, FELICIDADE E LEITE: O DISCURSO PUBLICITÁRIO DE ALIMENTOS INFANTIS.

Os progressos da abundância, isto é, da disposição de bens e de equipamentos individuais e colectivos cada vez mais numerosos, oferecem em contrapartida “prejuízos” cada vez mais graves – conseqüências, por um lado, do desenvolvimento industrial e do progresso técnico e, por outro, das próprias estruturas de consumo.

Jean Baudrillard

O desenvolvimento da indústria de leite em pó, no período posterior à Segunda Guerra até a década de 80, colocou à disposição da população a abundância de seus produtos com todas as vantagens veiculadas por meio das diversas estratégias de marketing existentes. Essa produção foi contabilizada no PIB brasileiro e, certamente, traduzida como contribuição econômica ao crescimento nacional.

Ao longo desse período, o progresso técnico foi intenso e o discurso publicitário da maior empresa fabricante de leite em pó enfocava o grande benefício social que prestava ao país ao contribuir para a redução das taxas de mortalidade infantil. Mas, algumas décadas mais tarde, foi possível identificar o “outro lado da moeda”, ou seja, os prejuízos causados especialmente às populações infantis mais pobres do planeta, que deixaram de ser amamentadas para receber mamadeiras com leite em pó.

Segundo MARQUES, a contaminação dessas mamadeiras e bicos, pela falta total ou parcial de água potável necessária para sua higienização, causou gravíssimos problemas às crianças do Terceiro Mundo<sup>1</sup>. A diluição excessiva do leite em pó, realizada pelas camadas mais pobres da população, na tentativa de economizar o conteúdo da lata para conseguir maior número de mamadas, foi outro problema encontrado e que ainda ocorre nos dias atuais. O preparo inadequado do

---

<sup>1</sup> MARQUES, op. cit.

leite, especialmente quando diluído numa quantidade maior de água do que a recomendada, não atende às necessidades nutricionais da criança, trazendo possíveis prejuízos ao seu crescimento e desenvolvimento, debilitando o organismo e favorecendo o surgimento de infecções e outras enfermidades.

Esses prejuízos causados à nutrição e saúde infantis, em grande parte atribuídos à indústria de leite em pó, foram divulgados a partir do final da década de 70 e início da de 80, por organizações internacionais e nacionais, ao verificarem os altos índices de desnutrição e mortalidade infantis que assolavam extensas regiões do Terceiro Mundo, nelas incluindo-se o Brasil. Até então, a indústria cresceu ao produzir, modificar e lançar no mercado novos produtos cada vez mais sofisticados, com o objetivo de “atender às necessidades” de seu público consumidor. Todos os recursos do marketing, entre eles a mídia, foram utilizados nesse processo, com a finalidade de sensibilizar as mulheres para a prática do aleitamento artificial e, conseqüentemente, para o consumo do leite maternizado e outros produtos de desmame.

Leite maternizado foi a denominação dada pela indústria ao leite em pó com composição química mais próxima do leite materno, com o objetivo de substituí-lo. Posteriormente, essa denominação foi substituída por “leite em pó modificado”, em virtude da publicação do “Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Aleitamento Materno”, pela OMS/UNICEF, em 1979 e em 1988, pela “Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes”

#### 4.1 LEITE PARA LACTENTES: O PAPEL DA NESTLÉ.

Com a fabricação do leite condensado no final do século XIX, na Suíça, a indústria de laticínios conseguiu um desenvolvimento tecnológico que marcou, no início do século XX, uma profusão de oferta de leites em pó e fórmulas lácteas.<sup>2</sup>

A Nestlé – Companhia Industrial e Comercial Brasileira de Produtos Alimentares -, por ter sido a primeira empresa multinacional de produção de leite em pó, instalada no Brasil, em 1921, dominou o mercado de leite em pó e de outros

alimentos que complementaram a alimentação infantil, no período em estudo. Até então, os leites industrializados eram importados e, por isso, seu consumo dava-se especialmente pelas classes sociais de maior poder aquisitivo.

As peças publicitárias encontradas em nossas fontes principais e analisadas neste capítulo mostram a hegemonia dessa empresa que tem evoluído ao longo do tempo. Suas propagandas acompanharam o momento político e cultural do país e foram dirigidas ao consumidor direto – a população em geral – e aos profissionais de saúde.

Os principais alvos do marketing da indústria de alimentos infantis, particularmente da Nestlé, no Brasil, especialmente aqueles destinados à criança durante o seu primeiro ano de vida, foram os profissionais de saúde e as mães. Entre a indústria e os médicos estabeleceu-se uma reciprocidade de interesses: enquanto para a primeira interessava a expansão do mercado e os lucros auferidos, para os médicos, interessava manter o poder do conhecimento sobre a técnica no preparo das fórmulas lácteas, o que era desconhecido pelas pessoas leigas, como mães, parteiras e curandeiras. Essa forma de poder foi aceita e se manteve porque, como lembra FOUCAULT, não se apresenta como uma força negativa, que diz não, mas sim como um poder que produz saber, que produz discurso<sup>3</sup>. E o discurso da empresa atingiu os segmentos da população que correspondiam aos seus interesses: mães, médicos e outros profissionais de saúde.

As estratégias utilizadas pela indústria, em relação aos profissionais de saúde, foram as seguintes: o estímulo a produções acadêmicas, premiando os melhores trabalhos na área de Puericultura e Pediatria; a divulgação de estudos através do Serviço de Informação Científica, criado em 1956, juntamente com o primeiro Curso Nestlé de Atualização em Pediatria; a distribuição de amostras de produtos para os pediatras, acompanhados de folhetos explicativos e orientações sobre a composição química dos alimentos; o patrocínio de eventos científicos, até financiando a participação de profissionais, entre outros. Com esse tipo de estratégia, a Nestlé procurou influenciar a formação de profissionais de saúde, especialmente dos pediatras, com o objetivo de que o produto chegasse aos consumidores com o aval médico. Lembramos que, desde 1930, as propagandas de

---

<sup>2</sup> SOUZA; ALMEIDA, op.cit.

<sup>3</sup> FOUCAULT, **Microfísica ...**, op cit.

leite em pó incorporaram a figura do médico como avalista do produto, associando-o à ciência. Como uma autoridade do saber, respeitada pela população, o médico era o intermediário ideal entre a indústria e o público consumidor.

Durante décadas, particularmente entre 1940-1970, a Nestlé construiu elementos culturais para valorizar o leite em pó e encarregou-se de disseminá-los na sociedade brasileira por meio dos pediatras, ou seja, dos profissionais que detinham o poder de prescrever a dieta da criança nos primeiros meses de vida. O avanço científico em relação às peculiaridades do metabolismo infantil e conseqüentes necessidades nutricionais levou à formulação de novos produtos, os quais foram lançados no mercado e difundidos entre a população. Dessa maneira, a indústria utilizou a ciência da nutrição para criar abordagens e retóricas no sentido de divulgar e comercializar seus produtos.<sup>4</sup>

Para melhor compreendermos a importância da indústria na disseminação da cultura do aleitamento artificial, sentimos a necessidade de focar esse processo nas décadas anteriores ao período deste estudo.

Em 1928, a Nestlé lançou, no Brasil o Lactogeno, que se caracterizou por ser o primeiro leite modificado para lactentes. Esse tipo de leite foi obtido a partir do leite integral, modificado na sua composição nutricional para aproximar-se do leite materno, com o objetivo de atender às exigências do organismo do bebê. Foi, também, chamado “maternizado”, numa clara alusão de semelhança com o leite materno. A partir dessa data, outras marcas foram ofertadas<sup>5</sup> e divulgadas pela imprensa.

Nesse período, os médicos, embora acreditassem que o leite em pó constituía um avanço, incentivavam a mulher a amamentar. Porém, na impossibilidade do leite materno, não faziam restrições ao leite em pó, a não ser ao seu preço, que consideravam elevado para boa parte da população.

Uma das estratégias de marketing muito utilizada nesse período pelas empresas em geral, foi o lançamento de peças publicitárias, tendo como tema datas comemorativas. Um exemplo, foi a comemoração do Dia da Criança, o qual foi instituído oficialmente em 12 de outubro de 1924, associado à comemoração da

---

<sup>4</sup> ALMEIDA, op. cit.

<sup>5</sup> De acordo com informações do Serviço Nestlé ao Consumidor, os leites em pó modificados para lactentes foram lançados na seguinte ordem cronológica: Lactogeno, em 1928; Eledon e Nestogeno, em 1933; Pelargon, em 1949; Prodieton, em 1959; Semilko, em 1961 e Nanon, em 1969.

Descoberta da América. Nos discursos institucionais da época, a criança foi monumentalizada, numa tentativa de educar física, intelectual e moralmente o cidadão do futuro. A exaltação da criança tinha como objetivo construir um país viável, com possibilidade de progresso, ou seja, a infância foi projetada como “utopia de um novo mundo adulto a ser estabelecido.”<sup>6</sup>



Imagem 4 *O Cruzeiro*, p. 66, 14 out. 1950.

Em outubro de 1950, a Nestlé comemorou a Semana da Criança, com uma mensagem publicitária na revista *O Cruzeiro*. Abaixo do desenho de um robusto bebê e do discurso em homenagem às crianças, apareciam as várias marcas de leite em pó para lactentes, leite condensado, farinha láctea e adoçantes para mamadeiras.

O discurso publicitário da Nestlé mencionava as crianças de todas as regiões do país, ressaltando as diferenças étnicas e sócio-econômicas e, com forte apelo emocional, enaltecia a integração racial e a generosidade do povo

brasileiro.

*Pequeninos sêres que enchem de alegria, com seus risos, os lares humildes e os lares onde nada falta. Sólidos elos que prendem, para sempre, nesta terra acolhedora e amiga, as novas gerações das várias raças que aqui se fusionaram pelo milagre do amor! São todas, na sua fragilidade, a grande força que garante a sobrevivência e o futuro da pátria! Sobre os berços que encarnam tantas esperanças, curvem-se, reverentes, nesta semana dedicada à criança, os que têm por dever amparar-lhes os primeiros passos, zelar pela sua saúde e formar-lhes o caráter no culto das melhores virtudes do nosso povo!*<sup>7</sup>

Cerca de três décadas depois, a mensagem da maior empresa multinacional de alimentos infantis apresentava o mesmo teor daquelas das instituições oficiais de

<sup>6</sup>VEIGA, C. G.; GOUVEA, C. S., op cit., p. 140

<sup>7</sup> *O Cruzeiro*, Homenagem da Nestlé à Semana da Criança, p. 66-67, 14 out., 1950.

épocas anteriores: um discurso político e patriótico, carregado de simbolismos, no qual idolatrava a criança, exaltava a infância como o futuro do país, ao mesmo tempo em que lembrava a responsabilidade dos pais, profissionais e educadores em relação à sua formação, aos cuidados com sua saúde e alimentação. A própria empresa considerava-se partícipe da formação desse cidadão, ao apresentar os vários leites em pó, farinhas para mingaus, açúcares próprios para lactentes, abaixo de figuras de crianças brincando e bebês sorridentes. A idéia explícita, na mensagem, era a de que a fragilidade desapareceria e os bebês tornar-se-iam adultos fortes, capazes de garantir o futuro da pátria, desde que alimentados com os produtos nela apresentados.

Ao completar 40 anos de instalação de sua primeira fábrica no Brasil, a Nestlé publicou uma propaganda em quatro páginas, com o título: “Nestlé 1921:1961 Quarenta anos a serviço da família brasileira”<sup>8</sup>, com vários desenhos ilustrativos em que procurava passar uma imagem de empresa cuja principal



Imagem 5. *O Cruzeiro*, nº 49, p.45-49, 5 ago., 1961.

<sup>8</sup> *O Cruzeiro*, p. 45-48, 5 ago., 1961.

preocupação era produzir alimentos considerados por ela mesma como *sinônimo de qualidade, saudáveis e nutritivos* para todas as faixas etárias e, em especial, para a criança a partir de seu nascimento. Por isso, afirmava que, para as mães, o nome Nestlé *é algo mais: representa a garantia de uma alimentação pura e substancial, adequada a assegurar a saúde e o bom desenvolvimento dos filhos.*

Com uma agressiva estratégia de marketing, a Nestlé disseminou a cultura dos leites industrializados e fórmulas para lactentes, tendo como parceira a corporação médica na valorização do aleitamento artificial. Eram freqüentes, nas



Imagem 6 *O Cruzeiro*, p.46, 05 ago., 1961

peças publicitárias da época, as imagens do médico ao lado da família – figuras como a acima -, que mostram uma família aparentando saúde, beleza e felicidade, ao lado de um médico, cujo semblante denota confiança e conhecimento.

Além das figuras que sugerem a qualidade da produção com aprovação dos médicos, há uma descrição das principais atividades desenvolvidas pela empresa, em que procurava propagar uma imagem de promotora do desenvolvimento nacional e afirmar seu compromisso com a questão social, pois *recolhe aos cofres públicos*

*elevados tributos fiscais, que redundam em benefício da coletividade. A Nestlé divulgava também seu estímulo às atividades produtivas do país, ao garantir aos fazendeiros colocação certa do leite produzido e ao adquirir grandes quantidades de produtos, como açúcar, cacau, folhas-de-flandres, madeira e papel da indústria nacional, beneficiando-as. Dessa maneira, deixava implícito na mensagem a contribuição feita à política nacional-desenvolvimentista do governo de Juscelino Kubitschek, que “combinava o Estado, a empresa privada nacional e o capital estrangeiro para promover o desenvolvimento, com ênfase na industrialização.”<sup>9</sup>*

Entre todas as atividades desenvolvidas, sua pretensa *contribuição para a redução da mortalidade infantil* merece ser destacada:

*De acordo com o Serviço de Divulgação e Estatísticas do Departamento Nacional da Criança, depois do lançamento dos alimentos especiais para crianças, houve sensível redução da mortalidade infantil. Orgulhamo-nos de ter participado desta grande vitória, com os nossos produtos da linha dietética<sup>10</sup>.*

Quando a Nestlé instalou sua primeira fábrica em território nacional, em 1921, o Brasil não dispunha de estatísticas sobre a mortalidade infantil, porém os dados, já referidos, mostram que em 1960-1961, a média nacional era de 120 por mil. Embora tenha havido uma redução da mortalidade infantil no Brasil, nesse período de 40 anos, a taxa poderia ainda ser considerada muito alta e, em regiões de extrema pobreza, esses valores eram três vezes superiores à média nacional.

Também, é difícil aceitar que a Nestlé tenha contribuído para a redução dos índices de mortalidade infantil, por vários motivos: o leite em pó, embora com valores nutricionais aproximados do leite materno, não contém imunoglobulinas responsáveis pela defesa do organismo infantil, como o leite humano; as condições de saneamento, na maior parte das regiões brasileiras, eram muito precárias e, desse modo, a água utilizada para a diluição do leite em pó poderia ser um veículo de contaminação, tanto no preparo das mamadeiras como na higienização dos utensílios; como já mencionado, o custo de uma lata de leite poderia induzir as mães de baixa renda a diluírem excessivamente o leite em pó, tornando-o insuficiente em energia e nutrientes.

---

<sup>9</sup> FAUSTO, op cit., p. 427

<sup>10</sup> *O Cruzeiro*, p. 45-48, 5 ago., 1961,

Como já apresentado em capítulos anteriores, a falta de saneamento, ou seja, de água tratada, de esgotos, a dificuldade de acesso aos serviços básicos de saúde, a falta de higiene na manipulação e preparo dos alimentos, inclusive do leite de vaca estiveram entre os principais fatores que levaram à morte milhares de crianças em idades precoces.

No Brasil, a qualidade do leite foi motivo de reportagens na revista *O Cruzeiro*: a primeira, em 1958, “Leite do Rio leva morte a domicílio”<sup>11</sup>, descreve as péssimas condições higiênicas durante a ordenha, a precária situação de saúde dos rebanhos, a pobreza dos pastos e denuncia que *a morte começa cedo. Setenta por cento das crianças que desaparecem no Distrito Federal são vitimadas pela impureza do leite*. Mais tarde, em 1962, o problema continuou, e a revista publica: “Leite, escândalo engarrafado”<sup>12</sup>, argumentando que 70% das crianças paulistas morrem por infecções intestinais. *É o veneno que usinas sem escrúpulos entregam ao povo. Ao ingeri-lo, o menino está se expondo à morte, pois o que bebe é uma verdadeira cultura de bactérias*. Embora em tom sensacionalista, as reportagens revelavam a importância da qualidade do leite no índice de morbidade e mortalidade de crianças, problema já solucionado, no início do século, em países desenvolvidos.

Se as medidas de saneamento e higiene não chegaram aos países subdesenvolvidos, a mesma coisa não ocorreu com a expansão do mercado de leite em pó, principalmente as fórmulas para lactentes, que foram disseminadas pelo mundo todo<sup>13</sup>. Ao contrário do que apregoava a Nestlé, em seu anúncio comemorativo aos 40 anos de instalação no Brasil, de acordo com MARQUES, o risco da mortalidade de crianças que são alimentadas artificialmente, em regiões muito pobres, onde persistem os problemas de acesso à água potável, saneamento básico, é duas ou três vezes maior do que o daquelas que são aleitadas ao seio<sup>14</sup>. Lembramos também o estudo, apresentado em capítulo anterior, realizado na Grande São Paulo, cujos dados mostram a redução da mortalidade infantil atribuível ao aumento da frequência da amamentação.

---

<sup>11</sup> *O Cruzeiro*, p. 132-138, 13 set., 1958.

<sup>12</sup> *Idem*, p. 55, 28 jul., 1962.

<sup>13</sup> Só no Brasil, a Nestlé expandiu de tal forma seu mercado que em 1958, portanto 37 anos depois da instalação de sua primeira fábrica em Araras-SP, havia instalado mais quatro fábricas: Barra Mansa, Araraquara, Porto Alegre e Três Corações.

<sup>14</sup> MARQUES, op. cit.

Mesmo utilizando-se das vantagens da divulgação da péssima qualidade do leite de vaca, para propagar a qualidade higiênica e nutricional do leite em pó, a morbidade e mortalidade infantis continuavam altas, em razão das condições miseráveis em que vivia grande parte das crianças brasileiras.

*Seu bebê é único no mundo. Para êle existe um tipo especial de Leite Modificado Nestlé.*<sup>15</sup>, anuncia uma peça publicitária com a imagem de um bebê e, na parte inferior da página, a foto de sete latas de leite modificado para lactentes, cada um com uma marca diferente.



Imagem 7. *Cláudia*, p. 17 ago., 1970

A imagem impressiona pela beleza do bebê e especialmente pela expressão “determinada” de seu olhar, reforçando o discurso que enfatiza as características individuais de cada criança. Porém, mais do que reforçar o texto, evoca a admiração pelo belo, o desejo de cada mãe de que seu filho seja robusto e sadio como aquele da propaganda.

Ao mesmo tempo em que estimula a semelhança da aparência valoriza as diferenças individuais e utiliza-se da mensagem publicitária para sugerir à mãe a indicação do médico sobre o leite mais adequado ao seu filho, pois *ele não*

*pode ser comparado nem mesmo com o irmãozinho mais velho.* Não importa o tipo de leite - em pó ou fluído - que tenha alimentado o filho anterior<sup>16</sup>, cada um tem características próprias que o médico irá identificar e, a partir daí, receitar a marca de leite em pó modificado que melhor se adapte a essas características. O texto não menciona se são características

<sup>15</sup> *Cláudia*, p. 17, ago., 1970.

<sup>16</sup> Em outra peça publicitária, publicada na revista *Pais e Filhos* de jul., 1969, p. 21, com o mesmo tema, o mesmo tipo de leite e marcas, a mensagem é iniciada com a frase *Mesmo que sejam gêmeos..., os bebês não são iguais*, apresentando a imagem de dois bebês idênticos.

orgânicas, emocionais ou psicológicas, e os rótulos das diferentes marcas, também, não mencionam para qual delas o leite ali contido se destina.

A identificação de *único no mundo* personaliza o bebê, sugerindo a personalização do leite a ser empregado em sua alimentação. Embora o produto seja o mesmo (leite modificado), as marcas são diferentes para que a mãe tenha a expectativa da escolha ou da indicação, pelo médico, de um leite específico para seu filho. A escolha, como afirma BAUDRILLARD<sup>17</sup>, é proporcionada ao consumidor como signo de liberdade.

Ao sugerir à mãe que busque o aval do médico para a decisão sobre a melhor marca de leite para seu filho, a empresa, ao mesmo tempo em que



apresenta à mãe a possibilidade de escolha e, dessa maneira, oportuniza a “personalização”, transfere para o profissional essa responsabilidade e, assim, aumenta a confiança no produto.

O primeiro número da revista *Pais e Filhos*<sup>18</sup> traz uma peça publicitária com as mesmas marcas de leite para lactentes, com a apresentação dos novos rótulos, os quais trazem a gravura de uma mãe com seu bebê. Com a frase de anúncio *Olhe mamãe: nós dois estamos nos novos rótulos*, o discurso explora a relação mãe-filho, remetendo-a para a *imagem de carinho que sempre existiu nos leites Nestlé especiais para bebês*, incorporando o leite em pó às práticas maternas. O binômio

Imagem 8 *Pais e Filhos*, p. 19, set., 1968.

mãe-filho e o sentimento de ternura foram bastante explorados como uma das vantagens do aleitamento materno em outras publicações sobre alimentação infantil, dirigidas às mães, já mencionadas neste estudo. Nessa peça publicitária, são

<sup>17</sup> BAUDRILLARD, O sistema... , op cit., p. 149.

<sup>18</sup> *Pais e Filhos*, set., 1968, p. 19.

considerados sinônimos do produto divulgado, ou seja, são associados ao leite em pó.

Nas propagandas sobre os leites modificados, a referência ao leite materno - quando ocorre - é feita para mencionar sua falta e, por isso, a necessidade de sua substituição *por um leite especialmente adaptado ao organismo infantil, um leite que*

*o faça forte e sadio*<sup>19</sup>. Essa mensagem aparece na peça publicitária que segue, cuja imagem consideramos ousada, pois mostra uma mamadeira com a inscrição “Na falta de leite materno, Nestlé tem o leite certo”, divulgando seus leites modificados. A ousadia desse anúncio revela-se também na naturalidade como trata a falta de leite materno, como se fosse algo que acontecesse com frequência.

As expressões “força e saúde” eram uma constante em discursos publicitários cujo teor se voltava para o futuro, incluindo-se o futuro da nação. Este foi um momento da história nacional, no qual o futuro do país,

Imagem 9. *Pais e Filhos*, p. 43, jun. 1971

representado pelas crianças, foi muito enfatizado pelos governantes. Também por isso, a importância de que fossem fortes e saudáveis. Embora o arrocho salarial deixasse a classe trabalhadora cada vez mais pobre, a pobreza, a miséria e a questão do menor abandonado não estavam expostas na publicidade comercial, a qual deveria estar em sintonia com a propaganda oficial.

Desde sua instalação no Brasil, a Nestlé sempre liderou o mercado de leites em pó, o que não impediu o surgimento de outras empresas com produtos semelhantes. Em 1956, início do Governo JK, cuja política nacional-desenvolvimentista enfatizou a industrialização, inaugurou-se, na cidade de Mococa,

<sup>19</sup> *Pais e Filhos*, p.43, jun.,1971.

São Paulo, a primeira indústria brasileira de leite em pó, a qual diversificou sua produção, em 1975.

O leite em pó integral Mococa, também, foi apresentado, por meio da publicidade, como leite para bebês, embora fosse integral e não modificado como as



Imagem 10. *Pais e Filhos*, p. 18, jan., 1969

marcas da empresa concorrente. Seu principal argumento para a sensibilização do consumidor foi a imagem da vaca, numa clara demonstração de que o leite animal fazia parte dos hábitos alimentares da população infantil. Mesmo num período em que a publicidade havia avançado em termos de tecnologia, utilizando com bastante propriedade fotografias em cores, o anúncio do leite<sup>20</sup> traz o desenho, simulando animação e oralidade ao ser escrito no estilo de uma conversa, na qual um narrador apresenta ao leitor/consumidor as figuras que compõem a mensagem.

A magia é comum nos anúncios publicitários: “os animais falam e os produtos são aliados resolvendo impasses e contradições.”<sup>21</sup> Não apenas a oralidade foi emprestada ao animal, como a ele foram dadas outras características humanas, ao representá-lo com olhos azuis, com vestido cor de rosa - numa suposta identificação com a mulher – e na posição vertical, gesticulando com duas patas. A didática da linguagem utilizada, a letra cursiva bem desenhada e as figuras sugerem uma conversa com crianças ou mesmo adultos em fase de alfabetização, na aprendizagem das primeiras lições, alusão de que o conteúdo da mensagem é lição a ser aprendida.

<sup>20</sup> *Pais e Filhos*, p. 18, jan., 1969

<sup>21</sup> ROCHA, E. P. G. **Magia e capitalismo**. Um estudo antropológico da publicidade. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

Mesmo produzindo leites modificados para lactentes, a Nestlé utilizava também suas estratégias de marketing para divulgar o leite integral Ninho, para bebês. O leite Ninho foi criado pela Nestlé, em 1944, com uma embalagem cor de caramelo. Em 1965, foi lançado o Ninho Integral Instantâneo, com a embalagem atual: amarela, com o nome do produto escrito em letras verdes. Em todas as propagandas do produto veiculadas nesse período, não aparece a expressão “leite em pó”, apenas “Leite Ninho”, o que caracteriza uma estratégia de marketing e leva à substituição da denominação do produto pela marca, a ponto de o consumidor associar leite (em pó) a Ninho. A marca acaba construindo uma passagem do realismo da matéria - identificado pelo nome comum -, ao simbolismo, caracterizado pelo nome próprio<sup>22</sup>.



## Saúde, felicidade e Leite NINHO

Se saúde traz felicidade, estas são crianças felizes. E onde há Leite Ninho há saúde. Rico em vitaminas, proteínas e sais minerais, Leite Ninho é verdadeira proteção para crianças e adultos. Leite Ninho contém todos os elementos nutritivos indispensáveis ao organismo e à boa disposição. Leite Ninho é puro leite integral, gostoso como nenhum outro.

Fique em paz com sua consciência...exija Leite Ninho!



Diversos anúncios em revistas femininas exploraram o mesmo tema “Fique em paz com sua consciência. Exija leite Ninho” e “Saúde, felicidade e leite Ninho”. As imagens mostram bebês segurando um copo de leite na mão, engatinhando, dando os primeiros passos, com a mãe tentando colocá-los em uma árvore, junto a crianças maiores, ou seja, sem fazer qualquer menção explícita, sugerem que o leite em pó integral destina-se a bebês de uma faixa etária maior, pois para os primeiros meses de vida existem os leites modificados. Em algumas delas, o que varia é apenas a imagem, numa tentativa de

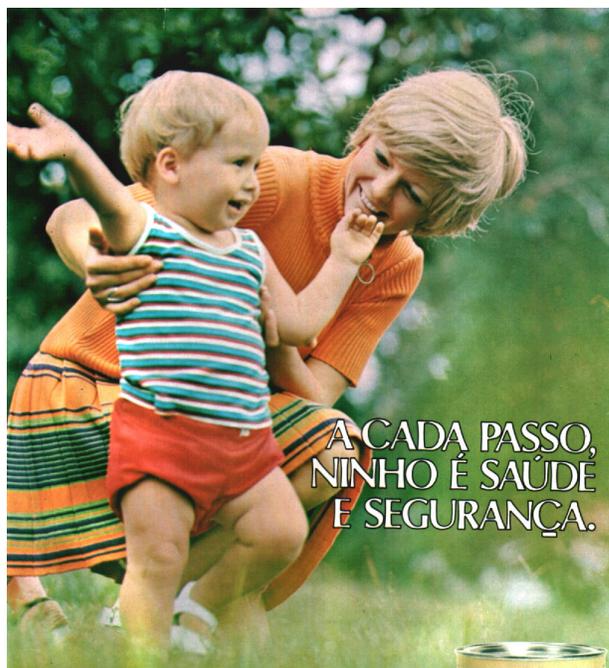
Imagem 11. *Pais e Filho*, p. 17, jun.,1971

<sup>22</sup> CARVALHO, N. **Publicidade**: a linguagem da sedução. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1998. 175 p.

evidenciar que crianças que tomam leite Ninho são sempre crianças saudáveis e felizes. As imagens agregam ao produto não só situações agradáveis de vida, em que crianças brincam, alegres e em contato com a natureza, como também saúde e felicidade.

De maneira implícita, os textos lembram a alimentação da criança nos primeiros meses de vida, ao afirmarem: *a proteção que você vem dando aos seus filhos desde o nascimento deve continuar*. Essa proteção, a que se refere a propaganda, faz alusão à alimentação com leites em pó modificados Nestlé e que, agora, deve continuar com o leite Ninho e outros produtos já incorporados na alimentação de seus irmãos maiores.

Quando o regime militar, por meio da Aerp – Assessoria Especial de Relações Públicas, procurava, pela propaganda oficial, divulgar o otimismo, assim como valores que desejaria ver realizados na sociedade brasileira, a publicidade comercial evidenciou, em suas mensagens, cenas de vida que sintonizavam com esses ideais. Em imagens de anúncios do leite Ninho, identificam-se situações que despertam no receptor o desejo de vivê-las em seu cotidiano. Desde o movimento higienista, passou-se a considerar que o amor de mãe se manifesta pela atenção e



Seu filho começa a andar. Feliz, saudável, confiante. Porque você está sempre ao seu lado. Com sua proteção, com seu carinho. E a certeza de uma boa alimentação.

Leite Ninho: o melhor que você lhe pode dar. Puro leite integral, Ninho é gostoso, nutritivo. Tem tudo para assegurar o bom desenvolvimento de seus filhos.

Ninho traz a garantia Nestlé – uma longa experiência em alimentação infantil. Ninho faz crianças saudáveis, mães felizes. Como você.

Fique em paz com sua consciência. Exija Leite Ninho.



cuidado que ela dedica a seus filhos e, entre esses cuidados, a alimentação – que se inicia com o aleitamento materno – foi considerada fundamental. A responsabilidade da mãe em criar filhos saudáveis, bem alimentados e educados, que está sempre atenta e disponível, traduz o papel da mulher, aprovado pela sociedade, evocado pelo discurso médico e reforçado pelas instituições governamentais.

As imagens de mães felizes, que aparecem nas peças publicitárias brincando com seus filhos saudáveis ou

abraçando-os, transformam uma relação pessoal em uma relação social. Na concepção da Aerp, a partir da família bem estruturada, alicerçada em valores morais e sentimentos nobres, é que se constrói uma sociedade com comportamentos adequados.

Percebe-se, em todas essas mensagens, o que PIRATININGA definiu como o “benefício da filiação”, ou seja uma estratégia da publicidade que, utilizando temas como crianças, animais, demonstrações de sentimentos como amor e afeto, leva as pessoas a se afiliarem a uma determinada “marca” pelo engajamento de suas emoções<sup>23</sup>.



Imagem 13 *Pais e Filhos*, p. 53, fev., 1971

Se a leitora não identificava sua vida àquela retratada nos anúncios publicitários em que aparecem mães e filhos felizes e em harmonia, a falha estava em sua incapacidade para cumprir o papel que a família e a sociedade dela esperavam. Problemas que, muitas vezes, são determinados socialmente, assumem uma dimensão particular e individual, e a tendência é um movimento em direção ao consumo do produto que se anuncia como capaz de transformar o seu cotidiano na imagem idealizada<sup>24</sup>.

As mensagens com a frase tema repetem-se em diferentes peças publicitárias, como

em diferentes períodos de tempo: em algumas muda apenas o cenário, ou seja, a imagem. *Exija leite Ninho e fique em paz com sua consciência*, é uma frase

<sup>23</sup> PIRATININGA, L. C. de. **Publicidade: arte ou artifício?** São Paulo: T.A. Queiróz, 1994. .

<sup>24</sup> VESTERGAARD; SCHRODER. **A linguagem da propaganda.** São Paulo: Martins Fontes, 1988.

atemporal aparecendo nas propagandas do produto praticamente durante todo o período de nosso estudo. Frases imperativas como essa, têm como objetivo divulgar o leite em pó e persuadir as mães a introduzi-lo na alimentação infantil. Embora lembrem a filosofia higienista sobre o aleitamento materno que, segundo Almeida<sup>25</sup>, poderia ser resumida no seguinte lema: “a saúde de seu filho depende de você. Amamente”, elas têm um enfoque diferente. Enquanto o movimento higienista procurava estabelecer normas em relação à amamentação, fazendo com que as mulheres se sentissem responsabilizadas pela saúde de seus filhos e



Imagem 14. *Pais e Filhos*, p. 55, jan., 1971

culpadas, caso não as seguissem, nas peças publicitárias de leite em pó, a mensagem faz desaparecer o sentimento de culpa, tranquilizando-as: *“você dá o que você tem de melhor a seus filhos”*<sup>26</sup>. O produto passa a representar os sentimentos e valores mais caros: *“Leite Ninho: o melhor que você pode lhe dar”*<sup>27</sup>, indispensável, pois é *“puro e necessário como o seu amor”*<sup>28</sup>. Como aponta BAUDRILLARD, a publicidade oferece tranquilidade, já que sua função é gratificante e lúdica<sup>29</sup>, jamais apresentando uma imagem negativa.

Por ser um leite integral e, portanto, destinado a qualquer faixa etária (com exceção dos primeiros seis meses, quando então deve ser diluído), a publicidade utilizou, como tema, crianças de todas as idades para divulgar o leite

<sup>25</sup> ALMEIDA, *op cit.*, p. 36

<sup>26</sup> *Pais e Filhos*, p.47, jun., 1972

<sup>27</sup> *Pais e Filhos*, p. 35, jun., 1971

<sup>28</sup> *Pais e Filhos*, p. 55, jan., 1976

<sup>29</sup> BAUDRILLARD, *O sistema ...*, *op cit.*

Ninho. Essas peças publicitárias, como outras de diferentes produtos e empresas, procuravam não destoar da política governamental.

O leite é considerado, pela população em geral, como um alimento completo, e essa idéia é transmitida em muitas publicações ou reportagens dirigidas às mães, como, por exemplo: *Não há nada mais completo: o leite é a maior fonte dos principais elementos nutritivos essenciais ao organismo*<sup>30</sup> ou *Alimento completo, o leite não pode deixar de estar presente em nosso processo de desenvolvimento*<sup>31</sup>. Para BARTHES a mitificação da pureza do leite é associada à da inocência infantil e considerada como uma garantia de força e vigor<sup>32</sup>, o que pode ser traduzido pela mensagem *Ninho faz crianças saudáveis* e pela imagem de “pureza” formada pelo conjunto de objetos ou flores de cor branca presentes em muitas peças publicitárias do leite.

A questão da pureza está relacionada também com a higiene na produção do leite: a ordenha, a saúde dos animais, o transporte e o armazenamento predispõem o produto à contaminação e dificultam a conservação, enquanto as empresas possuem a tecnologia adequada para manter o leite, como explicita a mensagem, *fresco e puro*. A propaganda chama também a atenção para o aspecto integral do leite, remetendo a uma preocupação da população em relação a diluição dos leites fluidos comercializados e à composição nutricional do produto.



Imagem 15. Bebê cercado de latas de leite em pó.

A força do marketing da Nestlé foi tamanha que, para muitas mães da época, tornou-se motivo de orgulho obter fotografias de seus bebês cercados por latas vazias de leite em pó. A foto ao lado foi obtida em 1964, de um bebê do meio rural do Estado do Paraná. Percebe-se que, ao lado de

<sup>30</sup> Reportagem da revista *Pais e Filhos*, fev., 1972.

<sup>31</sup> *Pais e Filhos*, 11, jul., 1973.

<sup>32</sup> BARTHES, R. *Mitologias*. 3<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

latas de leite “Ninho”, há outras latas possivelmente de um tipo leite modificado. Como o custo do leite para lactentes sempre foi mais elevado do que o do integral, muitas mães passaram a utilizar esse último logo que a criança completasse seis meses, ou mesmo antes.

Embora a recomendação médica de que o leite em pó utilizado na alimentação de lactentes fosse o “maternizado” ou “modificado”, em razão de sua composição nutricional aproximar-se do leite humano, a indústria, ao divulgar o leite em pó integral, não deixava claro essa diferença, o que poderia até induzir a erro mães menos informadas.

Com a mudança na percepção médica sobre o aleitamento materno, influenciada pelo marketing da indústria de alimentos infantis, o desmame tornou-se cada vez mais precoce e, além dos leites em pó modificados e do próprio leite integral para substituir o leite materno, as empresas começaram a produzir outros alimentos para serem introduzidos na alimentação do bebê. Em 1968, a Nestlé lançou, no Brasil, a sua linha Baby de alimentos infantis, que se caracteriza por papinhas de legumes, carnes ou frutas, embaladas em pequenos potes de vidro (os “potinhos”), prontos para servir. Produtos semelhantes foram também lançados no mercado, na década seguinte, pela Gerber.

#### 4.2 ALIMENTAÇÃO DA CRIANÇA: A INDÚSTRIA NA COZINHA

As primeiras referências sobre os alimentos de desmame, como vimos, datam de 1697. As preparações oferecidas para a criança pequena, ao ser desmamada, deveriam ter uma consistência macia, como mingaus e papas, ou líquida, como os caldos de galinha. A carne deveria ser mastigada pela ama seca, antes de ser oferecida. Algumas preparações, pelo menos em relação à consistência, continuam muito semelhantes às daquelas dos séculos XVII ou XVIII, porém, com a evolução da tecnologia que revolucionou, não apenas as cozinhas domésticas mas especialmente a indústria de alimentos, a oferta de alimentos para essa faixa etária diversificou-se de maneira vertiginosa.

Para fundamentar o desmame e orientar a alimentação dos bebês, em meados do século XX, a indústria de alimentos utilizou também outros fatores que interferiram na questão sócio-cultural do aleitamento materno, como as mudanças quanto ao papel da mulher na sociedade, a emancipação feminina e as contradições sobre o trabalho e a vida reprodutiva.<sup>33</sup> Além disso, o próprio governo mostrou-se um importante aliado da indústria ao disseminar seus produtos e incorporar novos hábitos alimentares entre as crianças brasileiras, por meio da distribuição de alimentos formulados e leite em pó na merenda escolar e nos postos de saúde, efetuada desde os anos 40 até o final do século.

Às vésperas do “Milagre Econômico”, em 1968, a Nestlé lançou no Brasil sua linha de alimentos infantis, com sopinhas e papinhas prontas para servir. O momento, sem dúvida, foi oportuno, pois as inovações tecnológicas prometiam simplificar a vida da dona-de-casa, especialmente as da classe média e alta, que tiveram acesso aos mais diversos eletrodomésticos, que reduziram o tempo de suas atividades domésticas. Para a mulher que, além da administração dessas atividades, preocupava-se com o preparo de refeições para filhos pequenos, encontrar essas preparações prontas foi um grande avanço.

O cuidado com as gerações futuras fazia parte dos temas da propaganda oficial, que difundia vários comportamentos considerados adequados pelo regime militar. A função de educadores dos filhos, atribuída aos pais, era também enfatizada pelo governo e, nesse sentido, um papel fundamental era exercido pela mãe, a quem caberia a proteção e o cuidado dos filhos e, por isso, ela era o alvo de publicidades com o tipo de apelo, como o de uma campanha sobre alimentos infantis, promovida pela Nestlé.

*Criança é nossa primeira preocupação* é o tema dessa campanha, que tem por objetivo divulgar sua linha de *Alimentos Infantis Bebê*. A imagem<sup>34</sup> mostra o símbolo de uma criança idealizada, procurando evidenciar que toda criança alimentada com aquele produto poderia adquirir as características ali visualizadas.

Para um público habituado a uma alimentação tradicional e que começava a se preocupar com os aditivos e conservantes utilizados pelas indústrias de alimentos, a empresa procurava mostrar sua preocupação com a saúde das

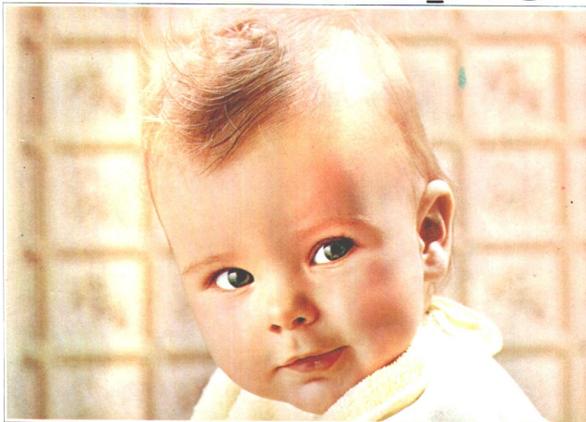
---

<sup>33</sup> ALMEIDA, op cit.

<sup>34</sup> *Pais e Filhos*, p. 39, dez., 1972

crianças e, por isso, com a qualidade dos produtos fabricados. Tentava tranquilizar

# CRIANÇA É A NOSSA PRIMEIRA PREOCUPAÇÃO



Você, como mãe, exige o que há de melhor para o seu filho. Não, como produtor de alimentos infantis, queremos que você prefira sempre os nossos produtos. Por isso fazemos o melhor alimento infantil.

Alimentos infantis Nestlé. São carnes, frutas e legumes cuidadosamente selecionados. O nosso rigor na seleção dos

ingredientes e um dos fatores determinantes da alta qualidade dos alimentos infantis Nestlé. São alimentos naturais, sem nenhum agente químico conservador. Eles oferecem uma alimentação completa e equilibrada. E, como já vêm prontos para servir, são práticos e fáceis de usar. Nós temos um pouco mais



de trabalho para fazer dos Alimentos infantis Nestlé o melhor alimento para o seu filho. Mas, na verdade, quem tem a criança como primeira preocupação é você, que faz o melhor alimento infantil. Alimentos infantis Nestlé.

**Nestlé**

há 100 anos de existência em alimentação infantil.

39

as mães, garantindo que os alimentos empregados na fabricação desses produtos eram *naturais, sem nenhum agente químico conservador*. Chamava a atenção para o rigor na seleção das carnes, frutas e legumes utilizados e acrescentava: *nós temos um pouco mais de trabalho para fazer dos alimentos infantis Nestlé, o melhor alimento para seu filho*, passando a mensagem de que aquele alimento superava até o preparado em casa. A mãe deveria estar consciente de que todo um avanço científico e tecnológico acontecia por causa dela e de seu filho, ou seja, que toda a estrutura de uma empresa convergiu para isso, para a saúde de seu bebê.

Imagem 16 *Pais e Filhos*, p. 39, dez., 1972.

Na mensagem, são destacados os tipos de alimentos que compõem a preparação: carne, fonte de proteínas; frutas e hortaliças como fontes de vitaminas e minerais. Estes eram evidenciados pelos programas de educação nutricional, efetuados por diversas instituições, como postos de saúde, e pelas orientações divulgadas em reportagens, veiculadas pelas revistas femininas, como importantes para o crescimento e desenvolvimento de crianças saudáveis. Ao afirmar que *...na verdade, quem tem a criança como sua primeira preocupação tinha que fazer o melhor alimento infantil*, a empresa foi ao encontro dos desejos e necessidades da mãe, tomando para si uma preocupação que era dela, apresentando-lhe uma solução e devotando-lhe sua atenção. Conforme já referenciamos, BAUDRILLARD argumenta que o produto não é julgado apenas pelo seu valor intrínseco, mas

também pelo interesse e atenção que a empresa demonstra pela existência do consumidor<sup>35</sup>.

A publicidade, de um modo geral, é dirigida para um mercado estratificado, e suas mensagens não visam atingir a totalidade do público e sim àquele segmento que interessa sensibilizar e que constitui um mercado cativo ou em potencial. As mensagens que mostram uma infância idealizada revelam o cuidado, a proteção e o desvelo que a família bem estruturada e, especialmente a mãe, devem ter para com seus filhos. Por isso as mães, de preferência em imagens que sugerem ou despertam sentimentos positivos, são as favoritas das empresas de alimentos que apelam para esses signos, garantindo tanto consumidores do presente como do futuro, pois ao estimular o consumo do público infantil, estão formando hábitos que muitas vezes se perpetuam por toda a vida.

Conforme abordamos em capítulo anterior, as crianças tendem a preferir alimentos que lhe são familiares, daí a importância dos primeiros alimentos ofertados na alimentação do bebê, para a formação de seus hábitos alimentares e para a sua manutenção, quando adolescentes ou adultos.

Um dos principais elementos de interação entre pais e filhos, durante os primeiros anos de vida, é a alimentação. Nesse período, as crianças aprendem o que é comestível, quando e como podem comer, começam a identificar sabores, os diferentes tipos de alimentos e a manifestar suas preferências e rejeições. A indústria de alimentos, ao promover e desenvolver pesquisas científicas nessa área<sup>36</sup>, tem perfeito conhecimento de todos os elementos que contribuem para a formação dos hábitos alimentares e utiliza-se desse saber na divulgação de seus produtos.

No título da mensagem: “Alimentos Infantis – Júnior: Para acompanhar o crescimento de seu filho”<sup>37</sup>, evidencia-se o interesse da empresa em manter a clientela de bebês, mesmo quando se tornarem crianças maiores e, para isso, lançou um “potinho” com características da alimentação adequada à faixa etária acima dos oito meses .

---

<sup>35</sup> BAUDRILLARD, **O sistema**.... , op cit.

<sup>36</sup> Um exemplo é a publicação Sabor e Siedade, uma revista editada por uma comissão internacional de pediatras e publicada no **Anais Nestlé**, vol. 57, 1999.

<sup>37</sup> *Pais e Filhos*, p. 5, mar., 1973.



Imagem 17. *Pais e Filhos*, p. 5, mar., 1973.

As grandes marcas “vendem uma forma cultural, não meros produtos”<sup>38</sup>. Ao afirmar que a criança é sua *primeira preocupação*, a empresa enfatizou a questão da qualidade dos alimentos por ela produzidos, seus aspectos nutricionais, levando a mãe a absorver essa imagem de tranquilidade e passar a utilizar seus produtos na alimentação do filho.

Na década de 60, a sociedade americana fazia uma autocrítica, influenciada pelo movimento contestatório dos jovens, crítica esta que atingiu também o campo alimentar, e a moda foi consumir alimentos “biológicos” ou “naturais”. Para LEVENSTEIN,

tratava-se de um retorno das idéias de saúde, moralidade e romantismo do século XIX, especificamente da década de 30. As empresas de alimentos aproveitaram essas idéias para divulgar seus produtos através de novas apresentações ou embalagens com a menção alimento “natural”, “fresco”, “produto da fazenda” “oriundo diretamente da montanha”, “a natureza em seu prato”.<sup>39</sup>

Também no Brasil, de forma implícita ou explícita, praticamente em todas as suas peças publicitárias, a indústria de alimentos infantis utilizava a natureza ou o “natural” como argumento, ou melhor, como ingrediente de seus produtos. *Direto da granja e da horta para a mesa do bebê. Para o bebê crescer forte e sadio, nada mais saudável que o alimento que vem direto da natureza*, numa tentativa de descaracterizar a industrialização e garantir ao consumidor que seu produto não

<sup>38</sup> FONTENELLE, I. Marca é sanduíche da ilusão. Entrevista ao **Jornal do Brasil**, Caderno Idéias, p. 3, 13 abril 2002.

<sup>39</sup> LEVENSTEIN, op cit., p. 838-839.

tinha os efeitos nocivos dos alimentos produzidos em massa, pois tudo o que vinha da natureza era bom. Dessa maneira, procurava mostrar-se sensível aos anseios culturais do ideal natural, tentando convencer o consumidor que seu produto era isento de qualquer elemento ou processo artificial. Percebe-se como a questão do natural ou da natureza está sempre presente nos discursos sobre alimentação infantil, seja para defender o aleitamento materno, seja para promover alimentos industrializados.

Uma empresa americana de alimentos infantis, a Gerber, instalou-se no Brasil, na década de 70, porém não conseguiu se manter e retornou ao seu país. Sua produção de alimentos infantis começou em 1928, nos Estados Unidos, e



**Nos primeiros meses de vida, seu bebê só quer você juntinho dele. Deixe a cozinha por conta da Gerber.**

O melhor lugar para a mamãe e o papai é juntinho do bebê. Por isso as mamãezinhas carinhosas estão usando cada vez mais os alimentos infantis Gerber.

Eles têm tudo o que a mamãe e o papai podem esperar de um bom alimento infantil: são legumes, verduras, carnes, cereais e frutas preparadas da maneira mais pura e natural. Não leem nada de preservantes, corantes ou sabores artificiais. E com eles você pode oferecer ao seu bebê uma dieta bem balanceada, que vai fazê-lo crescer muito fofo e saudável.

Desde os dois meses seu bebê já pode começar a comer os alimentos infantis Gerber.

São dezenas de variedades, nos tipos Bebê e Júnior: todas com garantia da Gerber, a maior especialista mundial em alimentação infantil.

Para você ter uma idéia, milhões de bebês no mundo inteiro estão crescendo lindos e saudáveis com os alimentos infantis Gerber. O pessoal todo da Gerber só cuida de comidinha de bebê, por isso a Gerber entende do assunto melhor do que ninguém.

Tenha sempre em casa um bom estoque de alimentos infantis Gerber. E fique o máximo de tempo ao lado do seu pimpolinho. É só o que ele quer.



**Gerber**

A maior especialista mundial em alimentação infantil.

espalhou-se para dezenas de países.

A apresentação de seus produtos é muito semelhante à de sua concorrente, até mesmo em relação à publicidade, com mensagens que tentavam sensibilizar a mãe ocupada com afazeres domésticos ou inserida no mercado de trabalho para a praticidade de sua linha de produtos para alimentação infantil.

*Nos primeiros meses de vida, seu bebê só quer você juntinho dele.*

*Deixe a cozinha por conta de Gerber<sup>40</sup>.* Assim como as imagens publicitárias da Nestlé objetivavam

resolver o sentimento de culpa das mães, procurando deixá-las em paz com sua consciência, a publicidade

da Gerber, também, apresentava os

produtos da empresa como capazes de resolver o conflito entre o tempo dispensado no preparo do alimento e a necessidade de afeto da criança, o qual era expresso pela presença da mãe junto ao filho. O conflito de utilizar alimentos em conserva,

Imagem 18. *Pais e Filhos*, p. 51, jan., 1978.

atitude que comprometia a imagem de uma boa mãe, a qual zela pela qualidade da alimentação de seus filhos, poderia ser resolvido com afeto, ou seja, com maior disponibilidade de tempo para dedicar-se a eles. Antes da cozinha, *o melhor lugar para a mamãe é juntinho do bebê. Por isso as mamãezinhas carinhosas estão usando cada vez mais os alimentos infantis Gerber. A mensagem deixa implícito que, além de receber os nutrientes adequados ao seu crescimento, o bebê receberá mais atenção e amor que favorecerão seu desenvolvimento, tudo graças aos “potinhos” da Gerber.*

A economia do tempo, como tema central, está presente em outras peças publicitárias da mesma empresa. *A mamãe ontem, chegou atrasada para o almoço,*

*mas eu nem percebi. Em 5 minutos ela preparou Legumes com Frango da Gerber e foi cuidar da vida dela. Enquanto eu enchia minha barriga<sup>41</sup>.* O apelo publicitário era dirigido à mulher inserida no mercado de trabalho, que não dispunha de tempo para preparar a alimentação de seu bebê e que vivia o conflito entre a realização profissional e cuidado com os filhos.

Mesmo que, em sua maioria, as mulheres ocupassem funções que se aproximavam do papel de mãe, como professoras ou enfermeiras, lembramos que a participação feminina no mercado de trabalho aumentou de modo

**Depoimentos de quem se alimenta com Gerber.**

**Estas são opiniões muito puras.** Porque há mais de 50 anos que a Gerber não faz outra coisa: preparar alimentos infantis com o mesmo carinho e o mesmo amor que todas as mães. Alimentos nutritivos, saborosos, sem corantes, preservantes ou qualquer aditivo químico.

Mantidos completamente naturais, através de um processo de fechamento à vácuo, e esterilização.

**Gerber**  
Coisinhas feitas com amor.

Apresentados em 53 sabores de alimentos e 5 de sucos pasteurizados, formando um cardápio perfeito para que o seu bebê cresça forte e sadio. Por isso, as opiniões da garotada não poderiam ser diferentes.

**Depoimentos:**

- "Hummm! Puri de pão como sobremesa e croqui agulhinho de leite com abacaxi. Tudo da Gerber. Puro que um dia a gente cresce ->". Ana Maria, 6 meses. São Paulo - SP.
- "A mamãe ontem chegou atrasada para o almoço, mas eu nem percebi. Em 5 minutos ela preparou Legumes com Frango da Gerber e foi cuidar da vida dela. Enquanto eu enchia minha barriga. Marquinho, 10 meses. Salvador - BA.
- "Dá-dá, pu-pu, qui-má, qui-má". Marquinho, 8 meses. Rio de Janeiro - RJ.
- "Não tenho nada a declarar. Estou muito satisfeita com Gerber, mas depois entretida". Daniela, 8 meses. São Paulo - SP.
- "O dia em que preparei meu jantar foi o papai. Confesso que fiquei preguiçosa, mas depois me envergonhei. É a vida e a mesma receita da mamãe Gerber. O jantar estava perfeito". Patrícia, 1 ano e 12 dias. Belo Horizonte - MG.
- "Finalmente a mamãe conseguiu uma maneira de fazer mais tempo comigo. Ela é tão ocupada, lá fora. Mas agora ela está usando Gerber no meu alimentação. E eu estou muito satisfeita. É por isso que não é só porque ela fica mais tempo comigo... está não quis receber o mamãe. 1 ano e 2 meses. Porto Alegre - RS.

Imagem 19. *Pais e Filhos*, p. 51, nov., 1979.

significativo a partir da década de 50: em 1970, havia aproximadamente 6 milhões de mulheres ativas, duplicando esse número, em 1980.<sup>42</sup> Esses números

<sup>40</sup> *Pais e Filhos*, p. 51, jan., 1978.

<sup>41</sup> *Pais e Filhos*, p. 51, nov., 1979.

<sup>42</sup> IBGE, Anuário Estatístico do Brasil 1986. Ro de Janeiro: IBGE, v. 47, 1987.

evidenciam a razão pela qual a indústria dedicou grande parte de seus textos publicitários à mulher trabalhadora, sem mencionar as discriminações a que estava sujeita, tanto em relação à escala ocupacional, como em relação aos salários recebidos.<sup>43</sup>

Ao emprestar oralidade aos bebês, a publicidade reforçava a tranqüilidade e a confiança que as mães devem sentir ao utilizar os alimentos em conserva na sua alimentação. “Cada anúncio, à sua maneira, é uma carência da vida real”<sup>44</sup> o que, na peça analisada, a empresa pretendia preencher ou solucionar. A mensagem sugere que a falta de tempo no preparo dos alimentos seria não apenas solucionada, mas também compensada pela qualidade dos produtos Gerber. Poderia até haver condições para o preparo da alimentação do bebê na cozinha doméstica, mas a idéia passada era a de que o tempo empregado na realização dessa tarefa poderia ser mais bem usufruído na companhia de seu bebê para quem a atenção, o amor e o carinho nunca se tornam excessivos.

As peças publicitárias de alimentos infantis procuravam evidenciar a capacidade das indústrias em oferecer produtos de qualidade para atender às necessidades nutricionais de seu público consumidor com muita eficiência e confiabilidade, porque detinham o domínio dos avanços tecnológicos e conhecimentos científicos na área. As mensagens mostravam a preocupação das empresas tanto com a saúde e alimentação das crianças, como das mulheres, ao procurar poupá-las de suas atividades domésticas, especialmente na cozinha, liberando-as para o mercado de trabalho e libertando-as de conflitos e culpas. Com as fotos de crianças saudáveis e belas, de mulheres despreocupadas, felizes e bem vestidas, a publicidade construía uma realidade idealizada, na qual os problemas do cotidiano deixavam de existir, pois apresentava, como num passe de mágica, solução para todos eles.

Ao recortar fragmentos da realidade, a publicidade estimula a fantasia do receptor que fica a imaginar o antes e o depois da cena e a compor a vida das personagens ali retratadas. “Na medida em que recorta a faixa de realidade que

---

<sup>43</sup> Em meados da década de 70, 46,6% das mulheres inseridas no mercado de trabalho recebiam até um salário mínimo mensal, enquanto 28,5% dos homens percebiam esse rendimento. Por outro lado, rendas superiores a 5 s.m mensais eram recebidas por 4,1% das mulheres e 12,4% dos homens (FUNDAÇÃO CARLOS CHAGAS. Dados extraídos de: [www.fcc.org.br/mulher](http://www.fcc.org.br/mulher) . Acesso em 09/12/2204 )

necessita ou deseja abordar, a publicidade dilui a percepção do todo e mantém com o momento histórico, relações parciais e incongruentes.”<sup>45</sup> Assim, distribuir o tempo entre atividades domésticas, atenção e cuidado com os filhos e o mercado de trabalho, certamente, não será uma questão a ser resolvida com a adoção de “potinhos” na alimentação das crianças. Além do que, esse cotidiano faz parte de um contexto histórico, econômico, social e cultural, nem sempre favorável e, por isso mesmo, na maioria das vezes, não citado pela publicidade.

Porém, o marketing dos produtos industrializados tem um objetivo a ser alcançado: o consumo desses produtos e, quando se trata de alimentação, o sentido do “consumo” deve ser entendido literalmente, ou seja, não apenas comprar, mas também “comer” o objeto comprado para que um novo hábito alimentar seja incorporado numa população que tem muitas décadas para viver e consumir.

Outros produtos foram (e continuam sendo) bastante explorados pelas indústrias como alimentos a serem introduzidos na alimentação de lactentes e crianças maiores, como, por exemplo, aqueles derivados dos cereais, utilizados em mingaus, papinhas, sopas e bebidas lácteas. Um dos mais conhecidos e que deu origem à indústria de alimentos Nestlé é a farinha láctea<sup>46</sup>.

Os cereais em forma de farinhas foram introduzidos na alimentação de lactentes, especialmente com a finalidade de aumentar o valor calórico das mamadeiras, quando preparadas com leite de vaca. O leite proveniente de animais, principalmente da vaca, como se sabe, foi muito utilizado na alimentação de crianças desde seu nascimento, principalmente em épocas anteriores à industrialização do leite em pó. Para o preparo de mamadeiras com leite de vaca *em estado natural para a alimentação do bebê a partir do nascimento, deve-se ter presente que êle não pode ser usado puro. Deve ser diluído. Organiza-se o que se chama uma*

---

<sup>44</sup> ROCHA, op. cit.

<sup>45</sup> CAMPOS, M. H. R. **O Canto da Sereia**: uma análise do discurso publicitário. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1987, p. 100.

<sup>46</sup> A história da Nestlé teria começado em 1867 na Suíça, quando Henri Nestlé lançou a Farinha Láctea Nestlé, a qual foi importada pelo Brasil, a partir de 1876. Para mais detalhes, consultar o site [www.nestle.com.br/história](http://www.nestle.com.br/história).

“fórmula láctea”, que é constituída de leite, água, farinha e açúcar<sup>47</sup>. A farinha citada poderia ser *creme de arroz, maisena*<sup>48</sup> ou *aveia*.

A farinha láctea foi criada em 1867, por Henri Nestlé, em seu laboratório na cidade de Vevey, na Suíça, a partir de seus estudos para combater a desnutrição e mortalidade infantis. No ano seguinte (1868), abriu um escritório em Londres e em cinco anos estava exportando o produto para a Austrália e América do Sul. No Brasil, as importações iniciaram-se em 1876, e a fabricação em solo brasileiro teve início em 1924, na fábrica de Araras. O primeiro registro da Nestlé, na mídia brasileira, foi um anúncio de Farinha Láctea Nestlé, no jornal *A Província de São Paulo*, em 1876<sup>49</sup>.

Em fevereiro de 1960, a revista *O Cruzeiro* publicou um anúncio em preto e branco, com o título “Não sobrou nada”<sup>50</sup>, mostrando uma imagem de uma criança de aproximadamente dois anos olhando para um prato com vestígios de mingau que segura na mão esquerda, tendo na mão direita, uma colher. Abaixo, uma embalagem da farinha Láctea e o texto da mensagem que tem como argumento a felicidade, a saúde, o rendimento e a facilidade no preparo. Num período em que as gastroenterites e outras infecções intestinais eram as principais causas de morbidades na infância, a empresa ressalta a facilidade de digestão da sua fórmula, a composição e o enriquecimento com vitaminas que *estimulam o fortalecimento e crescimento do organismo infantil*. O aspecto econômico, também, é destacado, tanto em relação ao rendimento como à praticidade e rapidez no preparo, fazendo alusão a valores sociais importantes no período, como o tempo e a pressa.

Esses valores são também evidenciados num anúncio<sup>51</sup> do mesmo produto, 20 anos mais tarde, quando a tecnologia desse período permitiu a utilização de uma imagem, em cores, de um bebê que sorri para o receptor. A pergunta - *Você não dá mingau para seu filho, só para encher a barriguinha dele, não é?* - sugere a importância de uma alimentação nutritiva. Chama atenção, também, para a

---

<sup>47</sup> Orientação sobre *Como preparar a mamadeira*. *ABC das mães*, do Dr. Odilon de Andrade. Rio de Janeiro: Forense, 1969.

<sup>48</sup> Maisena é a marca do produto (amido de milho), tão vulgarizada, que passou a representar o próprio produto.

<sup>49</sup> Informações extraídas da página [www.nestle.com.br/historia](http://www.nestle.com.br/historia)

<sup>50</sup> *O Cruzeiro*, p. 21, 20 fev., 1960.

<sup>51</sup> *Cláudia*, p. 51, fev., 1981.

variedade de sabores que pode ser efetuada pelo acréscimo de alguns ingredientes ao mingau ou pela substituição do leite por suco de frutas.

Como as demais peças publicitárias dos produtos Nestlé utilizados na alimentação infantil, as que se referem aos cereais são publicadas ao longo dos anos, mantendo alguns elementos como motivação para o consumo. Esses elementos atemporais e que aparecem nas propagandas são valores: saúde,



## O MELHOR E MAIS FORTE MINGAU.

*Você não dá mingau para o seu filho só para encher a barriguinha dele, não é?*

*Quando você pensa em mingau, pensa num alimento nutritivo, forte.*

*Com Farinha Láctea Nestlé, o mingau já nasce forte. Farinha Láctea Nestlé tem tudo o que precisa: proteínas, gordura, hidratos de carbono, vitaminas e sais minerais.*

*E é fácil de preparar. Como a Farinha Láctea Nestlé*

*é pré-cozida, não precisa ir ao fogo. É só misturar ao leite e o mingau está pronto.*

*Você pode variar o sabor, substituindo o leite por sucos de frutas ou pode colocar outras coisas: baunilha, canela, mel.*

*De agora em diante, quando você pensar em mingau, pense em Farinha Láctea Nestlé. A Farinha completa, que faz o melhor e mais forte mingau.*

**Nestlé**



Imagem 20. *Cláudia*, p. 51, fev., 1981.

força, alegria, ou outros relacionados com o gosto como: mais gostoso, não enjoam nunca, de fácil preparo. Percebe-se a grande preocupação da empresa com as conseqüências da repetição de sabores, com o fato de as crianças enjoarem dos mingaus preparados com seus produtos. É comum as pessoas lembrarem-se com satisfação, pelo resto da vida, de um sabor agradável, experimentado na infância, como também rejeitar um sabor desagradável que lhes tenha causado repugnância ou enjoão quando crianças. Por isso, a preocupação das empresas em variar os sabores e as apresentações dos cereais

fabricados.

Semelhante aos discursos publicitários já analisados, as mensagens dos demais alimentos destinados às crianças, como cereais, achocolatados, biscoitos, bebidas lácteas, iogurtes mostram imagens de crianças e famílias felizes, cujo cotidiano é formado apenas de alegrias e sucessos, não existindo a dor, a angústia, as preocupações. Um mundo impossível, porque distante de qualquer fragilidade, porém desejado pelas famílias, em geral.

## CONCLUSÃO

Se você insiste em buscar um símbolo do século XX, eu sugeriria uma mulher com seus filhos.

Eric Hobsbawm

Ao longo deste estudo, tentamos mostrar que a indústria de alimentos utilizou todas as suas estratégias de marketing, para promover o aleitamento com leite industrializado, em detrimento do aleitamento materno e, incentivar o consumo de alimentos que fortaleceram o desmame precoce ou que complementaram o aleitamento. Isto ficou visível tanto nas reportagens sobre a alimentação infantil, como nas peças publicitárias analisadas.

Nas reportagens, em sua maioria assessoradas ou assinadas por um pediatra ou, em menor número, por um nutricionista, a influência do marketing da indústria de alimentos, fez-se presente de modo explícito, de duas formas: no próprio texto, por meio de citações de seus produtos e marcas, ou por mensagens publicitárias inseridas nas páginas da reportagem. Muitas vezes, agora de modo implícito, o próprio enunciado do discurso aponta as facilidades e vantagens do aleitamento artificial com leite em pó, evidenciando a participação ou a concordância do autor do texto com a proposta da indústria.

Nas peças publicitárias analisadas, as mensagens mostram crianças saudias, geralmente loiras de olhos claros, em situações de tranqüilidade, sorridentes, em contato com a natureza ou nos braços de uma mãe bem vestida, alegre e despreocupada, com todo o tempo disponível para seu filho, graças ao produto divulgado. Cada quadro construído com muito cuidado estimula a transposição do cotidiano e o desejo do receptor da mensagem, em viver uma situação idêntica. Como explica BAUDRILLARD, é o discurso da felicidade como referência absoluta do consumo.<sup>1</sup>

Para conseguir seu objetivo, a indústria não somente fez uso de seu poder econômico, de seu conhecimento e tecnologia, de suas estratégias de marketing,

---

<sup>1</sup>BAUDRILLARD, **A sociedade.....**, op cit

como também apropriou-se do momento histórico, político e cultural por que passava a sociedade brasileira e que lhe foi favorável.

Assim, durante o período de disseminação do aleitamento artificial, não encontramos referência a nenhuma ação que tivesse sido implantada pelos organismos oficiais, no sentido de coibir ou inibir esse processo. Ao contrário, o governo mostrou-se um importante aliado da indústria, ao adquirir seus produtos e distribuí-los à população materno-infantil mais carente, em suas unidades de saúde e postos de puericultura, acreditando que, dessa maneira, poderia diminuir os elevados índices de mortalidade infantil.

Posteriormente, o próprio Governo constatou que o leite em pó - distribuído nas unidades de saúde e postos de puericultura para a população carente -, que deveria prevenir a desnutrição e a mortalidade infantis foi uma das causas do problema. As campanhas de marketing da indústria enfatizavam a qualidade nutricional e higiênica do leite em pó, destacando sua importância para a saúde e no fortalecimento do organismo infantil, na prevenção contra as principais doenças da infância e conseqüentemente, na diminuição dos índices de mortalidade no primeiro ano de vida. Entretanto, sua distribuição para os lactentes de famílias carentes, nas unidades de saúde, acabava por incentivar o desmame precoce – a mãe deixava de amamentar para receber o leite em pó -; favorecia o surgimento de doenças infecciosas, especialmente as gastroenterites, pela diluição do leite, muitas vezes em água não tratada ou pelo excesso de água na diluição. Além disso, não era possível garantir que o leite doado fosse destinado apenas ao lactente, especialmente, em famílias numerosas, nas quais, os pais tinham que garantir a alimentação de todos os filhos. Essa poderia ser mais uma razão para a diluição excessiva do leite: conseguir maior número de mamadas para dividir entre os demais irmãos menores. Por isso, no afã de divulgar seus produtos e, conseqüentemente, promover o aleitamento artificial e o desmame precoce, a indústria contribuiu para a elevação dos índices de morbidade e mortalidade infantis, especialmente entre as camadas mais pobres da população.

Foi necessário que organismos internacionais chamassem a atenção para os altos índices de desnutrição e mortalidade infantis que assolavam os países do Terceiro Mundo, para que o governo brasileiro, através do Ministério da Saúde,

propagasse o retorno à prática do aleitamento materno e restringisse a ação da indústria na promoção do aleitamento artificial.

Entretanto, ao atribuir a elevação dos índices da morbi-mortalidade infantil à redução do aleitamento materno, as instituições oficiais e os organismos internacionais descartaram a análise de seus verdadeiros determinantes, ou seja, a terrível e injusta distribuição de renda, as precárias condições de saúde e saneamento em que viviam (e vivem) as populações das periferias dos grandes centros urbanos e das regiões menos desenvolvidas do país.

No decorrer do estudo, procuramos mostrar também o quanto foi decisiva a aliança entre o poder econômico, representado pela indústria, e o poder do conhecimento, representado pela medicina, para a disseminação da cultura do aleitamento artificial. A valorização do pediatra, atribuindo-lhe a indicação e a prescrição dos produtos industrializados, foi uma importante estratégia da indústria para conseguir o aval da medicina e, com isso, a credibilidade dos consumidores. Qualquer decisão da mulher, em relação à alimentação de seu filho, deveria ser compartilhada com o pediatra, deixando-a dependente da opinião desse profissional. Por esses motivos, os profissionais de saúde, especialmente os pediatras, foram responsabilizados, juntamente com as mães e a indústria, pelos altos índices de desmame precoce, divulgados por ocasião da campanha pelo retorno do aleitamento materno. O governo não fez a autocrítica de sua responsabilidade nesse processo ao adquirir leite industrializado e distribuir para a população materno-infantil, desvalorizando desse modo o aleitamento materno e incentivando o artificial.

O movimento feminista, a participação da mulher no mercado de trabalho e na vida do país, a busca de sua emancipação e profissionalização foram fatores que provocaram mudanças na estrutura e no cotidiano familiar, favorecendo a entrada de tecnologias e alternativas que facilitaram suas tarefas domésticas. A indústria de alimentos, também, utilizou esse momento, mostrando-se maternal, tentando libertá-la de culpas ao divulgar leites maternizados ou modificados e outros produtos que substituíssem ou complementassem o leite materno.

A mudança nos enunciados dos discursos foi uma característica que evidenciamos em nosso estudo. Os discursos favoráveis a uma ou outra forma de aleitamento estiveram sempre ao sabor do contexto ou de acordo com interesses

econômicos e políticos. Determinadas condições biológicas ou psicológicas da mãe poderiam ser razões para justificar a opção pelo aleitamento artificial em determinado momento, ou serem consideradas como “tabu” ou má vontade para amamentar, em outro.

No período em que se apregoava o aleitamento artificial, o enunciado principal dos discursos foi a condição feminina, a valorização da mulher, seu direito à liberdade, à inserção no mercado de trabalho, à profissionalização ou o desempenho de suas tarefas domésticas e sociais com maior facilidade, tranqüilidade e sem que, por isso, devesse sentir-se culpada. Esses discursos estavam vinculados ao contexto histórico e correspondiam aos anseios do movimento feminista, situação que o marketing da indústria de alimentos soube explorar com muita competência.

De acordo com esses discursos, a ênfase no trato com a criança ficava por conta de uma alimentação nutricionalmente equilibrada, semelhante ou até superior ao leite materno e ao afeto dispensado pela mãe. Contudo o afeto, tão importante quanto a alimentação no desenvolvimento da criança, não estava vinculado ao ato de amamentar. Benefícios que somente o leite materno é capaz de proporcionar, como a proteção imunológica, nesse momento, não foram valorizados. Nesse período, as descobertas científicas e tecnológicas pareciam ditar todas as normas, considerando práticas como amamentação ou o preparo de alimentos para crianças, nas cozinhas domésticas, como algo ultrapassado e de difícil realização. Essas atividades não eram consideradas próprias de uma mulher que se julgava moderna. A indústria com toda a oferta de alimentos prontos e semi-prontos, especialmente preparados para nutrir adequadamente as crianças, assumiria essas tarefas.

Por ocasião do retorno do incentivo ao aleitamento materno, os discursos que tentaram convencer as mulheres de que deveriam amamentar foram radicais na defesa dessa prática, deixando de considerar ou minimizando as dificuldades enfrentadas em seu cotidiano. A amamentação foi sacralizada e passou a ser confundida com amor e dedicação ao filho, enquanto a culpa voltou a assediar as mulheres que não desejavam ou que não conseguiam amamentar. Nesse momento, a valorização da criança, seu crescimento e desenvolvimento adequado, sua proteção contra morbidades que poderiam facilmente levá-la à morte foram o argumento dos discursos em defesa do aleitamento materno.

Os enunciados desses discursos enfatizavam que todas as mulheres, independentemente de sua condição social, física ou emocional tinham condições de amamentar. As vantagens do aleitamento materno foram enfatizadas de modo a não deixar dúvidas sobre sua importância no desenvolvimento orgânico e emocional da criança. Porém, as dificuldades na realização dessa prática não foram tratadas com a mesma seriedade, ou seja, não foram colocadas em pauta o que, em nosso ponto de vista, foi um equívoco. Os problemas que a mulher enfrenta para amamentar, independentemente de sua intensidade, não devem ser omitidos ou subestimados. Como tão bem argumenta BADINTER: “amamentar, dar banho e comida, vigiar os primeiros passos, consolar, cuidar, tranquilizar à noite... são gestos de amor e de devotamento, mas são também sacrifícios que a mãe faz pelo filho. O tempo e a energia que ela lhe dedica são também algo de que ela se priva em favor do filho.”<sup>2</sup>

Ao afirmar que toda mulher tem condições e deve amamentar, os órgãos promotores do aleitamento desconsideraram sua capacidade de decisão. Enquanto o marketing da indústria se fez maternal, ao divulgar os benefícios que seus produtos traziam a mulher e à criança, os enunciados dos discursos analisados, favoráveis à amamentação, foram autoritários escamoteando qualquer possibilidade contrária à realização dessa prática.

Ao compararmos os discursos do período de 1960 até o final da década de 70, quando se disseminou o aleitamento artificial, com o período posterior, radicalmente favorável à amamentação, verificamos que ambos subestimaram a capacidade de decisão da mulher. No primeiro momento, em pleno movimento feminista, embora se valorizasse a mulher, a decisão sobre a alimentação de seu filho foi transferida ou, no mínimo, compartilhada com o pediatra. Foi a estratégia utilizada pela indústria, com importantes resultados a seu favor. No segundo momento, a decisão já havia sido tomada pelas instituições oficiais de saúde: toda mulher tinha condições e deveria amamentar.

Sem apelos feministas, acreditamos que a mulher, de qualquer camada social ou econômica, de qualquer nível de instrução, deve ser considerada como um ser que tem condições de decidir seu próprio destino e, nesse caso, o tipo de

---

<sup>2</sup> BADINTER, op. cit., p. 338.

aleitamento de seu filho, desde que lhe sejam dadas informações e possibilidades de escolha.

Este estudo não teve como objetivo verificar a recepção da publicidade de alimentos infantis pelo leitor dessas revistas, especialmente pelas mães. Contudo, foi possível perceber que os apelos para o consumo dos produtos estiveram em sintonia com o momento histórico, político e cultural do período estudado e eram dirigidos à classe média da população. Apelos emocionais, científicos e culturais foram a tônica dos discursos publicitários analisados, muitas vezes, sintonizados com a temática da propaganda governamental. Ao veicular imagens publicitárias, as empresas, além do próprio incentivo ao consumo, tentaram promover a interiorização, pelos consumidores, de normas e valores sociais, principalmente aqueles que o governo desejava alcançar.

Finalizando, podemos afirmar que, sem sombra de dúvida, a indústria de alimentos, especialmente a Nestlé, promoveu a disseminação do aleitamento artificial com leite em pó, em detrimento do aleitamento materno, ao mesmo tempo em que introduziu novos hábitos alimentares por meio da difusão de alimentos complementares. Em todo esse processo, teve como aliados o Governo e a própria conjuntura histórica, política e cultural da sociedade brasileira, no período. A cultura do aleitamento artificial foi implantada e com tanta ênfase que, reverter o processo não tem sido uma tarefa fácil para as instituições oficiais e órgãos não governamentais específicos. Embora tenha crescido a percentagem de crianças amamentadas até os seis meses de idade, os índices apresentados pelo Ministério da Saúde, em 1999, ainda são baixos: 16,6% no Sudeste, 35,9% no Centro Oeste, 20% no Nordeste, 19,5% no Norte e 68,4% no Sul. Diferenças tão acentuadas entre as regiões, demonstrando a dificuldade das mulheres em manter a amamentação durante o período preconizado pelas instituições de saúde, certamente serão objeto de outros estudos, evidenciando que a discussão em torno desse tema não está esgotada.

## FONTES E REFERÊNCIAS

### FONTES

#### 1. FONTES DOCUMENTAIS

##### 1.1 Revista Semanal

###### 1.1.1. *O Cruzeiro*

- outubro de 1950
- setembro e novembro de 1958
- maio de 1959
- fevereiro de 1960
- agosto de 1961
- fevereiro e julho de 1962
- setembro de 1966

##### 1.2 Revistas Mensais

###### 1.2.1. *Pais e Filhos*

- setembro de 1968
- janeiro, fevereiro, julho, setembro e outubro de 1969
- janeiro e junho de 1970
- fevereiro, junho e dezembro de 1971
- fevereiro, maio, junho e dezembro de 1972
- março e julho de 1973
- outubro de 1975
- janeiro e novembro de 1976
- maio de 1977
- janeiro e junho de 1978
- novembro de 1979
- agosto de 1980

###### 1.2.2. *Cláudia*

- agosto e outubro de 1970
- agosto de 1972
- outubro de 1974
- outubro de 1976

- maio de 1979
- fevereiro de 1981
- maio de 1983
- março de 1984

CLÁUDIA. **40 anos de nossa história**: sua e de Cláudia. São Paulo: Abril., nº 481, out. 2001. Suplemento.

## 1.2 FONTES COMPLEMENTARES.

ANDRADE, Odilon de. **ABC das mães**. Rio de Janeiro: Forense, 1969.

BRASIL. Ministério da Saúde. Instituto de Alimentação e Nutrição. **Pró-Memória. Alimentação e Nutrição no Brasil. 1974-1984**. Brasília: Ed. Canadá, [1984?] p. 27-28

BRASIL. Ministério da Saúde; Instituto de Alimentação e Nutrição. **Incentivo ao aleitamento materno**: a experiência brasileira. Conferência proferida pelo Doutor MARCOS DE CARVALHO CANDAU, Presidente do INAN, na Reunião sobre Aleitamento Materno na década de 90. Florença, Itália, agosto de 1990.

GESTEIRA, M. Puericultura. Rio de Janeiro, 1943. In: AGUIAR, A. MARTINS, R. M. (Org.) **História da pediatria brasileira** coletânea de Textos e Depoimentos. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Pediatria, 1996, p. 49-50.

IBGE. Estatísticas do século XX. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 12/02/2004.

\_\_\_\_\_. Laboratório de Estatística. Dados da tabela extraída de: **Anuário Estatístico do Brasil 1959**. Rio de Janeiro: IBGE, v. 20, 1959 Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 05/03/2004.

\_\_\_\_\_. Anuário Estatístico do Brasil 1986. Rio de Janeiro: IBGE, v. 47, 1987. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 05/03/2004.

FIGUEIRA, F. Carta do IMIP ao público e às autoridades. [Publicada originalmente na Revista do IMIP, vol. 3, n. 2, 1989, p. 79- 82 .] In: AGUIAR, A. MARTINS, R. M. (Org.) **História da pediatria brasileira** coletânea de Textos e Depoimentos. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Pediatria, 1996, p. 61-65.

NESTLÉ. **História: linha do tempo**. Disponível em <<http://www.nestle.com.br>>. Acesso em 15/06/2002.

OMS; UNICEF. **Reunião Conjunta OMS/UNICEF sobre Alimentação de Lactentes e Crianças na Primeira Infância**. Declaração. Recomendações. Relação de Participantes. Brasil: UNICEF, 1980.

TELLES, W. Um século de pediatria [Texto original publicado no Jornal de Pediatria em 1983]. In: AGUIAR, A.; MARTINS, R. M. (Org.) **História da pediatria brasileira**: coletânea de textos e depoimentos. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Pediatria, 1996, p. 277-280.

VEJA. São Paulo: Abril, 29 out.1986, 102-103

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**ALMEIDA, J. A. G.** Amamentação: um híbrido natureza-cultura. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1999.

**ALVES, P.** Perspectivas acerca do método e da técnica de análise dos discursos. História, São Paulo, v. 2, p. 33-37, 1983.

AMORIM, S. T S. P. de. **A Prática pedagógica na formação dos profissionais de saúde**: a dimensão humana. Curitiba, 1998, 144 f. Dissertação (Mestrado em Educação). Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

AMORIM, S.T.S.P. ; MOREIRA, H. ; CARRARO, T. E.. Amamentação em crianças com Síndrome de Down: a percepção das mães sobre a atuação dos profissionais de saúde. **Revista de Nutrição**. Campinas: PUECAMP, v. 12, n. 1, p. 91-101, 1999.

BADINTER, E. **Um amor conquistado**: o mito do amor materno. 5<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BARROS, D. I. M. **Formação de hábitos alimentares:** estudo em crianças do nascimento até 6 meses. São Paulo, 1996. Tese (Doutorado em Ciências – Área Nutrição). Universidade Federal de São Paulo.

BARROSO, C. **Mulher , sociedade e estado no Brasil.** Brasília: UNICEF; São Paulo: Brasiliense, 1982.

BARTHES, R. **Mitologias.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

BASSANEZI, C. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, M. del (org.) BASSANEZI, C (coord. de texto). **História das mulheres no Brasil.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 607-639.

BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos.** São Paulo: Perspectiva, 1973, 230 p.

\_\_\_\_\_. **A sociedade de consumo.** Rio de Janeiro: Edições 70, 1981.

BEAUCHAM, G. K; MENELLA, J. A. Períodos sensíveis no desenvolvimento da percepção dos sabores e na sua escolha pelo ser humano. **Anais Nestlé**, vol. 57, p 21-34, 1999.

BIRCH, L. L. Os padrões de aceitação do alimento pelas crianças. **Anais Nestlé**, vol. 57, p 12-20, 1999.

BONIN, A. A.; ROLIM, M. C. Hábitos alimentares: tradição e inovação. **Boletim de antropologia.** Curitiba: UFPR, v. 4, n. 1, p. 75, 1991.

BOURDIEU, P. **Esboço de uma teoria da prática.** São Paulo: Celta Editora, 2002

CAMPOS, M. H. R. **O canto da sereia:** uma análise do discurso publicitário. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1987.

CARVALHO, N. **Publicidade:** a linguagem da sedução. 2. ed. São Paulo: Ática, 1998.

CASTRO, A. B. Consumo de massas e retomada de crescimento. In: VELLOSO, J. P. R. (Coord.) **A nova estratégia industrial e tecnológica: o Brasil e o mundo da III Revolução Industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio Ed., 1990, p. 111-119.

COSTA, J. F. **Ordem médica e norma familiar**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

COUTINHO, Antonio O. N. Alimentação do brasileiro: uma visão histórica. **Saúde em Debate**, Londrina, nº 23, p.32-39, 1988.

CUNHA, M. de F. Homens e mulheres nos anos 1960/70: um modelo definido? **História: Questões & Debates**. Curitiba, n. 34, p. 201-222, 2001.

DOUGLAS, M. Las estructuras de lo culinario. In: CONTRERAS, J. (comp.) **Alimentacion y culturas: necesidades, gustos y costumbres**. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995, p. 171–197.

DREWNOWSKI, A. Palatabilidade e saciedade: modelos e medidas. **Anais Nestlé**, vol. 57, p 35-46, 1999.

FARAH, M. F. S. Gênero e políticas públicas. **Estudos Feministas**, Florianópolis, vol. 12, nº 1, p. 47-71, jan.-abr., 2004.

FAUSTO, B. **História do Brasil**. 8<sup>a</sup> ed. São Paulo: Edusp, 2000.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FICO, C. **Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

FISCHLER, C. **El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo**. Barcelona: Anagrama, 1995.

FLANDRIN, J.L.; MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

FLANDRIN, J.L. Preferências alimentares e arte culinária (séculos XVI-XVIII). In: FLANDRIN, J.L; MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996, p. 640-666.

FONTENELLE, I. Marca é sanduíche da ilusão. **Jornal do Brasil**, Caderno Idéias, 13 abril 2002, p. 3. Entrevista.

FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Petrópolis: Vozes, 1972.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. 8<sup>a</sup> ed. São Paulo: Loyola, 1989.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso**: Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 6. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

FUNDAÇÃO CARLOS CHAGAS. **Mulheres no mercado de trabalho**: grandes números. Séries históricas. Disponível em: <http://www.fcc.org.br/mulher>. Acesso em 15/11/2004.

GANZ, A. L. **Vozes do diálogo**: mães e médicos na Curitiba de 1910 a 1935. Curitiba, 1996. Dissertação ( Mestrado em História). Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes. Universidade Federal do Paraná.

GARCÍA, J. C. **Pensamento social em saúde na América Latina**. NUNES, E. D. (org.) São Paulo: Cortez, 1989.

GARCIA, R. W. D. **A comida, a dieta, o gosto**: mudanças na cultura alimentar urbana. São Paulo, 1999. 315 f. Tese (Doutorado em Psicologia). Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.

\_\_\_\_\_. Representações sociais da comida no meio urbano: algumas considerações para o estudo dos aspectos simbólicos da alimentação. **Cadernos de Debate**, Campinas. ano II, n<sup>o</sup> 2, p. 12-40, 1994.

GARINE, I. Unie anthropologie alimentaire des Français? **Ethnol.** Fr., n. 10, p.227-238, 1980.

\_\_\_\_\_. Alimentação, culturas e sociedade. **O Correio**. Rio de Janeiro: FGV, n. 7, , p. 5, jul.1987.

\_\_\_\_\_. Los aspectos socioculturales de la nutrición. In: CONTRERAS, J. (comp.) **Alimentacion y Cultura. Necesidades, gustos e costumbres.** Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995, p. 129-169.

GERBER, S. Enfance, médecine et cuisines. **Revue des Sciences Sociales.** Strasbourg: Université Marc Bloch, n. 27, 2000.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade.** 2. ed. São Paulo: Unesp, 1991.

GIULANI, P. C. Os Movimentos de Trabalhadoras e a Sociedade Brasileira. In: DEL PRIORI, M. del (org.); BASSANESI, C. (coord. de texto). **História das mulheres no Brasil.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 640-667.

GOLDENBERG, P.; TUDISCO, E. Desnutrição: a penetração do leite em pó através da propaganda. **Ciência Hoje,** São Paulo, n. 5, p. 76-79. mar.abr., 1983.

HOBSBAWM, E. **A era dos extremos: o breve século XX 1914-1991** São Paulo: Cia das Letras, 1995.

\_\_\_\_\_. **O novo século: entrevista a Antonio Polito.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

IANNI, O. **Estado e planejamento econômico no Brasil.** 6. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

KATZMAN, M.T. Urbanização no Brasil a partir de 1945. In: BACHA, E.; KLEIN, H. (org.) **A transição Incompleta.** Brasil desde 1945. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986, p. 177-223.

LEVENSTEIN, H. A. Dietética contra gastronomia: tradições culinárias, santidade e saúde nos modelos de vida americanos. In: FLANDRIN, J.L; MONTANARI, M. **História da alimentação.** São Paulo: Estação Liberdade, 1996. p. 825-840.

LIMA, E. da S. **Mal de fome e não de raça: gênese, constituição e ação política da educação alimentar .** Brasil – 1934-1946. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2000.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso.** Campinas: Pontes, 1989.

MARINS, J. J. N. **Ciência da nutrição: visão à respeito da alimentação infantil na primeira metade do século XX no Brasil.** Rio de Janeiro, 1982, 214 f. Dissertação (Mestrado em Medicina Social) Centro Biomédico. Instituto de Medicina Social . Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

MARQUES, M. B. **Discursos médicos sobre seres frágeis.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2000.

MARTINELLI JÚNIOR, O. **A globalização e o sistema alimentar.** Um estudo a partir das grandes empresas. Marília: UNESP/Marília Publicações. São Paulo: FAPESP, 1999.

MINTZ, S. W. Comida e antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais.** São Paulo, vol. 16, n. 7, p. 31-41, 2001.

MOREIRA, M. C. N. A Fundação Rockefeller e a construção da identidade profissional de enfermagem no Brasil na Primeira República. **História, Ciências, Saúde — Manguinhos,** Rio de Janeiro, v. 3: 621-645, 1999.

MOTA, C.G. Ideologia da cultura brasileira 1933-1974. 9. ed. São Paulo: Ática, 2000.

NATAL, J. L. A. **A questão alimentar-nutricional na política econômica (1930-1976)** Um vai-vem na periferia da agenda pública. Campinas, 1982, 230 f. Dissertação ( Mestrado em Economia e Planejamento Econômico). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas.

NOVAES, H. M. D. **A puericultura em questão.** São Paulo, 1979, 149 f. Dissertação ( Mestrado em Medicina Preventiva). Faculdade de Medicina. Universidade de São Paulo.

OLIVEIRA, R.C. As metamorfoses do capital e o sentido da modernidade. **Revista Sociologia e Política,** Curitiba, n. 1, nov., 1993 [versão online].

ORLANDI, E.P. **A linguagem e seu funcionamento: as formas de discurso.** São Paulo: Brasiliense, 1983.

ORTIGOZA, S. A. G. O *fast food* e a mundialização do gosto. NEPA: **Cadernos de Debate.** UNICAMP, vol. 5, p. 27, 1997.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

\_\_\_\_\_. **Moderna tradição brasileira**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1999.

PAES, M. H. S. **A década de 60: rebeldia, repressão e contestação política**. São Paulo: Ática, 1992.

PEREIRA, A. R. A criança no Estado Novo: uma leitura na longa duração. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 19, n. 38, p. 165-198, 1999.

PEREIRA, L. C. B. **Desenvolvimento e crise no Brasil**. 13. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

PILLOTTI, F.; RIZZINI, I. **A arte de governar crianças**. Rio de Janeiro: AMAIS, 1995.

PIRATININGA, L. C. de. **Publicidade: arte ou artifício?** São Paulo: T.A. Queiróz, 1994.

RAGO, M. Trabalho Feminino e Sexualidade. In: DEL PRIORE, M. del (org.) BASSANESI, C. (coord. de textos). In: DEL PRIORE, M. (org.) BASSANESI, C. (coord. de textos) **História das mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 578-606.

RÉA, M. F. Reflexões sobre a amamentação no Brasil: de como passamos a 10 meses de duração. **Cadernos de Saúde Pública, São Paulo**, v. 19 (Sup. 1), p. S37-S45, 2003.

REIS FILHO, D. A Ditadura militar, esquerdas e sociedade no Brasil. **Diálogos**. La insignia, p. 12, 29 mar., 2001. Disponível em: <<http://www.lainsignia.org.br>> Acesso em 18/11/ 2003.

RIZZINI, I. **Assistência à infância no Brasil: uma análise de sua construção**. Rio de Janeiro: Ed. Universitária Santa Úrsula, 1993.

ROCHA, E. P. G. **Magia e capitalismo**. Um estudo antropológico da publicidade. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

ROZIM, P. Perspectivas psicobiológicas sobre las preferencias y aversiones alimentárias. In: CONTRERAS, J. (comp.) **Alimentacion y culturas: necesidades, gustos y costumbres**. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995, p. 85–109.

SALAY, E. Política de Alimentação e Nutrição: evolução das abordagens. **Cadernos de Debate**, Campinas, n. 1, ago., 1993.

SANTOS, C. R. A. dos. Por uma história da alimentação. **História: Questões & Debates**. Curitiba, Ano 14, n. 26/27, 1997, p. 154-171.

SCHLOSSER, E. **País fast food**. São Paulo: Ática, 2002.

SIQUEIRA, M. D. Para uma história da Pediatria no Brasil. Trabalho apresentado no Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisa em História. Curitiba, julho, 2004.

SOUZA, L. M. B. M; ALMEIDA, J. A G. **História da alimentação do lactente no Brasil: do leite fraco à biologia da excepcionalidade**. Rio de Janeiro: Revinter, 2005.

TELLES, N. Escritoras, Escritas, Escrituras. In: DEL PRIORE, M. (org.) BASSANESI, C. (coord. de textos) **História das mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997, p.401-442.

TRINDADE, Judite M.B. **Metamorfose: de criança a menor**. Curitiba – início do século XX. Curitiba, 1998, 254 f. Tese (Doutorado em História). Setor de Ciência Humanas, Letras e Artes. Universidade Federal do Paraná.

VALENTE, F. Repensando a área dentro da perspectiva da Conferência Nacional de Alimentação e Nutrição. **Saúde em Debate**, Londrina, p. 50-57, dez., 1988.

VASCONCELOS, F. A. G. A Política Social de Alimentação e Nutrição no Brasil: acumulação de capital e reprodução da fome/desnutrição., **Saúde em Debate**, Londrina, p. 42-49, dez., 1988.

VEIGA, C. G; GOUVEA, C. S. Comemorar a infância, celebrar qual criança? Festejos comemorativos nas primeiras décadas republicanas. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, vol. 26, n<sup>o</sup> 1, p. 135-160, 2000.

VELLOSO, Mônica P. A brasilidade verde-amarela: nacionalismo e regionalismo paulista. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 6, n. 11, p. 89-112, 1993.

VESTERGAARD; SCHRODER. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

WADSWORTH, J. E. Moncorvo Filho e o problema da infância: modelos institucionais e ideológicos da assistência à infância no Brasil. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, vol. 19, n. 37, p. 103-124, 1999.