

VÝŽIVA KOJENCŮ A MALÝCH DĚTÍ



Ultrazpracované potraviny pro děti

Téměř třetina potravin pro kojence a batolata prodávaná ve Spojeném království je ultra zpracovaná, což podle výzkumu ohrožuje dlouhodobé zdraví a vývoj dětí. Zpráva pro First Steps Nutrition Trust zjistila, že ultra zpracované produkty dominují ve stravě britských kojenců a předškolních dětí.

Analýzou dříve nezveřejněných britských údajů z celoevropské studie z roku 2021 o úrovních zpracování kojenecké a batolecí stravy zpráva zjistila, že zatímco celkově 29 % potravin v dětských uličkách supermarketů je ultrazpracovaných, u kojenců se tento podíl zvyšuje na polovinu u přesnídávek a cereálií a do tří čtvrtin na dětské sušenky a suchary.

Tyto ultrazpracované produkty jsou často prodávány jako zdravé nebo přírodní možnosti, přestože mají vyšší hladiny soli, cukru, tuku a přísad, které jsou spojovány s obezitou, rakovinou, cukrovkou 2. typu a kardiovaskulárními onemocněními.

Ve věku od 2 do 5 let tvoří UPF (ultra-processed food) téměř dvě třetiny – což je vyšší podíl než jejich vrstevníci v USA a Austrálii a britské děti jsou v průměru těžší než v téměř jakékoli jiné zemi. Ultra zpracované potraviny jsou silně spojeny s přibíráním na váze. Také mění dlouhodobé preference jídla dětí a mají na jejich organismus širokou škálu škodlivých účinků, včetně podvýživy a zakrnění: mnoho dětí ve Spojeném království není na svůj věk jen těžké, ale také podvyživené.

Zpráva vyzývá vládu, aby regulovala složení, označování a uvádění na trh komerčních potravin a nápojů pro kojence a batolata a aby zajistila, že doporučení v oblasti veřejného zdraví se výslovně týkají zpracování potravin, v souladu s mezinárodními osvědčenými postupy. Národní dietní směrnice v řadě dalších zemí včetně Brazílie, Izraele a Francie mají konkrétní doporučení ke snížení spotřeby UPF u malých dětí.

Některé z potravin zahrnutých do zprávy byl HiPP organická dětská výživa ve sklenici se zeleninou a mozzarellou zapečený brambor; mPiccolo Bio jablčkový, banánový a jahodový jogurt Melts; Little Dish cottage koláč; Ella's Kitchen organické broskvové a banánové tyčinky; a šťáva z jablek a černého rybízu Heinz Splash.

Velká myšlenka: proč potřebujeme novou definici nezdravého jídla

Rodiče vnímají dětské uličky supermarketů jako bezpečné prostory, kde mohou nakupovat potraviny vhodné pro jejich malé děti. Společnosti však zavádějícím způsobem uvádějí na trh nevhodné a nepotřebné produkty jako „přírodní“ nebo „bez přidaných přísad“, i když jsou ve skutečnosti ultrazpracované, čímž riskují poškození dlouhodobého zdraví a vývoje dětí. Tato zpráva zdůrazňuje, kolik ultrazpracovaných potravin jedí děti od útlého věku, a vyzývá k důležitým a naléhavým opatřením v oblasti ultrazpracovaných potravin. Dostupné důkazy o škodlivých účincích vysokého příjmu UPF u dětí jsou příliš silné na to, abychom je ignorovali.

„Naše potravinové systémy v současnosti nedokážou zajistit rodinám zdravou stravu, protože jsou zaměřeny na generování zisku z prodeje UPF a děti jsou hlavními spotřebiteli. Potřebujeme politiky, které transformují naše selhávající potravinové systémy a zpřístupní zdravé potraviny dostupné i cenově a řeší agresivní a zavádějící marketing UPF.“

Potraviny a nápoje speciálně vytvořené pro kojence a malé děti jsou přísně regulovány a musí splňovat přísné bezpečnostní a nutriční normy. Tyto techniky zpracování jsou zásadní pro zajištění toho, aby produkty byly bezpečné a nutričně vhodné pro specifické potřeby kojenců a malých dětí.

Co jsou ultrazpracované potraviny?

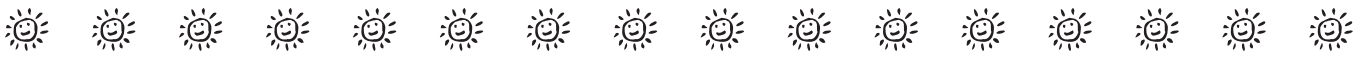
Ultrazpracované potraviny vyžadují extrémně vysokou úroveň výroby. Zahrnuje veškeré umělé mléko, mnoho komerčně vyráběných kojeneckých a batolecích příkrmů, šumivé nápoje a sladkosti, rychlé občerstvení, svačiny, sušenky a koláče, stejně jako sériově vyráběný chléb a snídaňové cereálie, hotová jídla a dezerty.

Co tyto potraviny obsahují?

Ultrazpracované ingredience zahrnují koncentráty ovocných šťáv, maltodextrin, dextrózu, zlatý sirup, hydrogenované oleje, izolát sójových bílkovin, lepek, „mechanicky oddělené maso“, organické sušené vaječné bílky, stejně jako rýžový a bramborový škrob a kukuřičnou vlákninu. Ultrazpracované jsou také přísady, jako je glutaman sodný, barviva, zahušťovadla a leštidla. Ultrazpracované potraviny obsahují vyšší množství soli, cukru, tuku a přísad, které jsou spojovány s obezitou, rakovinou, cukrovkou 2. typu a kardiovaskulárními chorobami. Mívají také nižší hladinu bílkovin, zinku, hořčíku, vitamínů A, C, D, E, B12 a niacinu nezbytných pro optimální růst a vývoj dítěte. Předpokládá se také, že v UPF jsou ve hře další mechanismy, které jsou spojeny s horšími zdravotními výsledky, včetně negativních účinků na vývoj střevní mikroflóry.

Další zásady

Optimální výživa během prvního roku života je nezbytná pro růst a vývoj, ale také pro podporu zdravého stravování a adekvátních stravovacích návyků v pozdějším dětství a pro snížení rizika chronických onemocnění v pozdějším životě. Současná globální doporučení pro krmení dětí během prvního roku života jsou výlučně kojit od narození po dobu až 6 měsíců a poté zavést příkrmy, aby byly splněny rostoucí energetické a nutriční požadavky dítěte.



Kvalita příkrmů je velmi důležitá, protože děti mají omezenou žaludeční kapacitu a jsou ohroženy energetickou a nutriční nerovnováhou, pokud nejsou zásobovány potravinami bohatými na živiny. Potraviny obsahující důležité živiny, jako jsou bílkoviny, esenciální mastné kyseliny, vápník, železo, zinek, vitamín B12, vitamín A a jód, by měly být upřednostňovány před potravinami **s nižší hustotou živin. Nutriční nerovnováha má negativní dopad na nemocnost a zvyšuje riziko úmrtnosti u rizikových populací.** Doplnkové potraviny s vysokým obsahem cukru, soli a transmastných a nasyčených tuků by neměly být podávány dětem, protože nahrazují jiné potraviny bohaté na živiny. Je také nezbytné začít podporovat zdravé stravovací návyky již v raném věku. **Doplnkové potraviny hrají roli při utváření vývoje potravinových preferencí kojenců.** Míra, do jaké jsou kojenci během doplňkové výživy vystaveni různým chutím a texturám, ovlivňuje příjem potravy v pozdějším dětství a může se rozšířit až do dospělosti. Je dobře známo, že lidé mají vrozenou preferenci sladkých potravin, a proto jsou tyto potraviny snadno konzumovány malými dětmi. **Proto je důležité vystavit chuťové buňky kojence širší škále chutí a zároveň omezit příjem cukru.** To je důležité pro dobré zdraví ústní dutiny a pro prevenci přibírání na váze. Na druhou stranu kojenci odmítají hořkou a kyselou chuť jako vrozenou biologickou reakci, a proto by měli být těmto chutím vystaveni, aby podpořili preference zeleniny a ovoce. Nízká spotřeba ovoce a zeleniny, zejména hořkých druhů, je znepokojující, protože jsou zdrojem vitamínů, vlákniny a dalších bioaktivních sloučenin potřebných k vytvoření imunitních reakcí a zdravého střevního mikrobiomu a ke zlepšení zánětlivých procesů, které jsou běžně přítomny v dětství. Kojenci také potřebují rozvíjet dovednosti v oblasti krmení tím, že se naučí, jak se krmit sami. Toho lze dosáhnout nabídkou jednohubek, které jsou vhodné z hlediska textury a velikosti. Celé kousky ovoce, zeleniny, sýrů a chleba o velikosti prstu patří mezi potraviny doporučené pro vlastní krmení.

Komerční dětská výživa se nedoporučuje kvůli obavám z obsahu živin, složení, chuti textury a omezené rozmanitosti. Několik studií v zemích s nízkou, střední a vysokou příjmovou skupinou zjistilo, že velká část komerční dětské výživy má vysoký obsah cukru a sodíku a nízký obsah železa. Složky používané ve složení komerčních dětských příkrmů jsou převážně sladké. Často například kombinují obiloviny

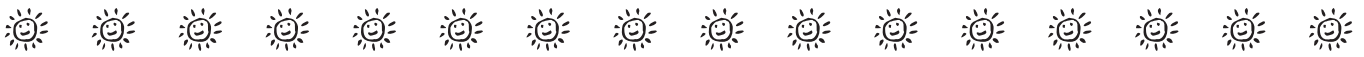
nebo živočišné zdroje bílkovin (např. mléko, sýr, kuřecí maso) se sladkými druhy zeleniny (např. sladké brambory, mrkev) a ovocem (hruška, jablko, banán). To je problematické, protože **sladkost je převládající chutí, které budou děti vystaveny, pokud budou často krmeny komerční dětskou výživou.**

Textury komerčních dětských příkrmů jsou také sporné. Velká část těchto potravin je měkká a přichází ve formě pyré nabízeného v kapsičkách. Tvrdší textury jsou k dispozici ve formě dětských přesnídávek, ale ty jsou navrženy tak, aby byly křupavé a snadno se rozpouštěly v ústech, což jim dodává organoleptickou přitažlivost, která napodobuje svačiny pro starší věkové kategorie.

Nedostatek adekvátních textur je irelevantní, protože kojenci se potřebují naučit, jak žvýkat a kousat potraviny, aby stimulovali vývoj jejich orálního svalstva a jejich žvýkací a polykačí dovednosti. Komerční dětské přesnídávký jsou stále dostupnější, a proto rostou obavy, že se svačiny vysoce zpracovaných potravin stanou normálním chováním, ale od toho je třeba odrazovat. **Konzumace potravin s nízkým obsahem živin a vysokým obsahem tuku, cukru a soli v kojeneckém věku je spojena s dvojnásobnou zátěží podvýživy v zemích s nízkými a středními příjmy a s vyšším energetickým příjmem a skóre hmotnosti na délku v bohatších zemích.** Mezi další znepokojivé aspekty patří cena komerční dětské výživy. Ta je často vyšší ve srovnání s domácími potravinami. Velkému podílu kojenců je však pravidelně nabízena komerční dětská výživa. Například ve Skotsku 41 % matek dětí ve věku 8–12 měsíců uvedlo, že je krmit komerční dětskou výživou pět nebo více dní v týdnu, a 24 % uvedlo, že svým dětem dávají „pamlasky“ jako svačinku alespoň jednou denně (mezi ně patřily čokoládové knoflíky, zmrzlina, brambůrky a sýrové křupky).

Vzhledem k popularitě komerční dětské výživy a obavám ohledně zdravotních důsledků používání komerční dětské výživy je také nezbytné zvážit roli marketingu a taktiky používané potravinářským průmyslem k umístění a prodeji svých produktů. Průmysl dětské výživy je nadnárodní společnost, která používá agresivní marketingové strategie, které ohrožují zdraví kojenců. Sdělení používaná při uvádění komerčních dětských příkrmů na trh jsou v rozporu s doporučeními pro kojeneckou výživu. Přestože došlo ke zlepšení, pokud jde o věkové rozmezí, pro které je potravinářský výrobek vhodný, **společnosti stále uvádějí 4 místo 6 měsíců jako vhodný věk pro zahájení doplňkového krmení.** To snižuje doporučení





pro výlučné kojení do 6 měsíců a mate rodiče, takže si nejsou jisti, kterou radou se mají řídit. Etikety na potravinách často obsahují zavádějící názvy složek použitých v jejich složení. Například názvy potravin jako "špenát, jablko" naznačují, že hlavní složkou je zelená zelenina, ale hlavní složkou je ovoce. Komerční dětské přesnídávky používají zprávy související s chováním při samokrmění, jako je „podporuje samokrmění“ a „ideální jídlo do ruky“, které propagují svačiny vysoce zpracovaných potravin. Naše a další skupiny nformovaly o rozsáhlém a všudypřítomném používání marketingových tvrzení na obalech komerčních dětských příkrmů. V naší studii u 734 produktů jsme identifikovali 6265 propagačních tvrzení na obalech (v průměru devět na produkt). Téměř všechny produkty obsahovaly marketingová tvrzení. Běžná tvrzení se týkala složení a obsahu živin, zatímco přímá zdravotní tvrzení byla méně častá. Používání tématu „zdravé jídlo“, které je zavádějící, je běžnou praxí v odvětví dětské výživy. Vzhledem ke všem těmto problémům navrhla Světová zdravotnická organizace (WHO), aby byla zastavena nevhodná propagace komerčně dostupných příkrmů pro kojence. To zahrnuje zrušení marketingových tvrzení, včetně těch, která idealizují produkt, jakož i zavádějících tvrzení o zdraví a složení. Některé země již přijaly **regulační opatření** k minimalizaci nebo dokonce zákazu používání manipulativního marketingu pro výrobky zaměřené na děti. Méně opatření však bylo přijato u komerčních dětských výživ. To je důležité, protože v marketingu je loajalita ke značce výsledkem autobiografické paměti a návyku. Atributy, jako je „atraktivní propagace značky“ v komerčních kojeneckých příkrmech,



přispívají k rozhodnutí rodičů vybrat si konkrétní značku potravin. Rozhodnutí rodičů o krmení kojenců během prvního roku jsou důležitá pro řízení trajektorie krmení v dětství i v dalších letech. Například krmení dětí umělým mlékem je spojeno s nedodržováním doporučení pro zdravou doplňkovou výživu, včetně konzumace většího množství palmisků a komerčních dětských příkrmů. Konzumace komerčně dostupných, vysoce zpracovaných potravin v předškolním věku je spojena s vyšším energetickým příjmem a tukovou hmotností v pozdějším dětství.

Světová zdravotnická organizace pro Evropu navrhla nástroj pro sledování obsahu živin v komerčních příkrmech pro kojence, aby ukončila propagaci potravin, které nespĺňují výživová a marketingová doporučení. Jedná se o komplexní nástroje. Jeho implementace je však dobrovolná, což může být překážkou jeho používání. Mezi další technické překážky bránící zavedení tohoto nástroje patří nedostatečná standardizace velikosti porcí, nedostatek podrobných informací o obsahu volného cukru v tabulkách potravin, obtíže při stanovování prahových hodnot cukru pro potraviny na bázi ovoce, zohlednění limitů bílkovin a železa a nejistota ohledně přijatelných limitů pro používání sodíku pro technologické účely. Pokud jde o ukončení propagace nevhodných potravin, marketingový aspekt nástroje se zaměřuje na nutriční profilování, názvy dětských potravin a tvrzení. Tvrdíme, že existují i další aspekty marketingu, které nejsou zahrnuty v navrhovaném rámci. Ty souvisejí s idealizací produktů a společenskou žádoucností (např. propagace dezertů nebo svačín jako společenské normy). Tyto aspekty se často používají při propagaci komerční dětské výživy tím, že zobrazují zprávy zprostředkovávající pozitivní zážitky, jako je zábava, řešení problémů a štěstí. Je třeba hlouběji porozumět používání emocionálních témat, která působí na pocity rodičů. To je důležité, protože rodičovská volba při nákupu a používání komerčních dětských příkrmů je ovlivněna emočními rysy, jako je zvýšená úzkost v důsledku faktorů, jako je bezpečnost potravin (např. strach z udušení a dávení při samokrmění) a nedostatek důvěry při přípravě jídla. Tvrdí se, že potravinářské společnosti tyto argumenty používají a posilují prostřednictvím marketingu. Předpokládá se také, že sladká dětská výživa, která převládá na trhu s dětskou výživou, s větší pravděpodobností využívá emocionální témata. To je založeno na našich předchozích pozorováních, že marketingová tvrzení převládají u sladkých snacků.

Cílem je prozkoumat emocionální témata používaná na obalech komerčních dětských příkrmů ve Velké Británii a to, jak se liší podle doporučeného věku a chuťového profilu.

Šetření dětské výživy dostupné v Evropě

Seznámení dětí se zdravými a rozmanitými doplňkovými potravinami, ať už připravenými doma nebo komerčně vyráběnými, pomáhá vytvořit chuťové preference a správné stravovací návyky v pozdějším životě. Posouzení nutričního profilu komerčně dostupných potravin je klíčem k informování spotřebitelů a tvůrců politik. Byla použita komerční data, abychom poskytli přehled o obsahu energie a živin v 7 kategoriích potravin určených pro kojence a malé děti, které byly uvedeny na trh nebo znovu uvedeny na trh ve 27 evropských zemích od března 2017 do března 2021 (n = 3427). Byla hodnocena přítomnost cukrů jako přidaných složek a úroveň zpracování potravin pomocí klasifikačního systému NOVA.

Shrnutí:

- Celkem 38,5 % výrobků obsahovalo alespoň jednu složku přispívající k cukru;
 - Asi 10 % výrobků uvádělo přidaný cukr, téměř 1/4 výrobků uvádělo volný cukr a konečně asi 20 % výrobků uvádělo jako přísadu ovocné a zeleninové pyré a prášky, 1/2 výrobků měla označení „bez přidaných cukrů“
 - Téměř 35 % z nich mělo jako přidané přísady volné cukry, ovocné a zeleninové pyré a prášky
 - 46,3 % výrobků bylo zpracováno minimálně, 24,5 % bylo zpracováno a 29,2 % ultrazpracováno
 - Přibližně polovina všech výrobků měla označení „bez umělých přísad“, z nich však 31,4 % bylo ultrazpracovaných.
 - Výrobky s cukry jako přidanou složkou měly méně žádoucí nutriční profil ve srovnání s těmi, které neobsahovaly složky přidávající cukr
- Ultrazpracované potraviny mají vyšší obsah energie, nasycených tuků, cukrů a sodíku a nižší obsah vlákniny ve srovnání s minimálně zpracovanými a zpracovanými potravinami. Příjem cukrů i UPF ovlivňuje zdravotní parametry jak v dětství, tak v pozdějším životě. Kromě toho osvojení stravovacích návyků s vysokým obsahem potravin s cukry jako přidanými složkami nebo s vysokým obsahem ultrazpracovaných potravin již od raného věku může ovlivnit chuťové rysy dětí a zvýšit jejich preferenci vysoce chutných potravin, které jsou bohaté na cukry, tuky nebo sodík po celý jejich život. *Nutrients, 2021*