

**IBFAN** – International Baby Food Action Network (rede internacional que actua na defesa da alimentação infantil) é uma associação de mais de 150 organizações voluntárias, em 90 países industrializados e em vias de desenvolvimento, cujo objectivo é a redução da morbilidade e da mortalidade dos lactentes e crianças.

**IBFAN** trabalha para a melhoria da saúde e da alimentação infantil através da promoção do aleitamento materno e da eliminação de práticas irresponsáveis de comercialização de alimentos industriais para lactentes, biberões e tetinas. A rede colaborou na elaboração do Código Internacional e através dele actua para alterar, nesse sentido, as praticas comerciais.

[www.ibfan.org](http://www.ibfan.org)

# O CÓDIGO EM BANDA DESENHADA

Código internacional de marketing de  
substitutos de leite materno biberões e  
tetinas



## A balança desvia-se para o lado errado\*

Sem respeitar o Código, não haverá equilíbrio

\*Um estudo recente realizado no Reino Unido mostrou que as empresas gastam 30 Euros por criança na promoção dos seus produtos, enquanto o Governo gasta 20 cêntimos a promover o aleitamento materno.

Fonte: *The Ecologist*, Abril 2006

### O CÓDIGO EM BANDA DESENHADA

©IBFAN Penang, Malásia, 2006

Texto: Annelies Allain

Tradução do italiano:

Paginação:

Ilustrações: Grupo Origem, Brasil

Publicado em Portugal por ARS Algarve, IP

ISBN:

O *Código em Banda Desenhada* está disponível nas seguintes línguas: arménio, chinês, senegalês, malaio, tamil, húngaro e português

## Porquê falar sobre o aleitamento materno?

O leite materno contém tudo aquilo de que um lactente precisa para a sua alimentação e para crescer de forma saudável: proteínas, vitaminas, ferro, cálcio e centenas de outras substâncias que ainda não foram estudadas. Além disso, o leite materno muda à medida que o bebé cresce.



Através do seu leite, a mãe transmite ao bebé anticorpos que o protegem de infecções e de doenças como a diarreia.

As crianças alimentadas a leite artificial correm o risco de ser menos activas, menos seguras de si, menos equilibradas e menos inteligentes do que os bebés amamentados.

*Por estas e outras razões, os bebés devem ser alimentados com leite materno.*

*Mais e melhor aleitamento materno pode salvar a vida a 2 milhões de recém-nascidos por ano (OMS/UNICEF).*



## A alimentação artificial é assim tão má?

O leite em pó é produzido a partir do leite de vaca, que é bom para os vitelos, *mas não para os bebés*. Até as mães que sabem ler e escrever podem cometer erros, diluindo o leite num excesso de água ou em água insuficiente.

Assim, muitas vezes o bebé bebe leite diluído ou concentrado. Para piorar as coisas, a água usada pode estar contaminada.

Muitas vezes, o biberão de leite artificial é preparado com a dosagem adequada, água fervida e pura e após esterilização.

No entanto, mesmo quando bem preparado, o leite artificial **não contém anticorpos**.

Lavar um biberão e uma tetina de forma correcta é difícil e requer muito tempo e atenção. As bactérias adoram o leite artificial, multiplicam-se muito rapidamente e podem provocar doenças no recém-nascido.

Muitas famílias não têm condições financeiras para comprar leite em pó em quantidade suficiente para os seus bebés. Além do mais, os biberões, as tetinas e o gás ou electricidade para os preparar custam muito dinheiro.



## Os riscos de não amamentar

Muitos estudos têm demonstrado que as crianças alimentadas a biberão estão sujeitas a infecções graves e adoecem mais facilmente.

Nos bebés alimentados a leite artificial a probabilidade de morte e diarreia, nos primeiros dois meses de vida, é 25 vezes superior à dos bebés amamentados.

Após os 18 meses, este risco é 14 vezes superior.

As alergias, problemas de pele e asma são muito mais frequentes quando o recém-nascido é alimentado artificialmente.

Quando um bebé é alimentado só a leite materno, sem nenhum outro alimento ou bebida, fica protegido contra a diarreia e muitas outras doenças.

Através do aleitamento materno, a mãe e o bebé desenvolvem um forte relacionamento que ajuda o bebé a sentir-se seguro e feliz.

O aleitamento ajuda as mães a recuperar mais rapidamente após o parto.



## Uma grande parte do problema

Então porque é que as mães não amamentam?

Porque há gente que ganha muito dinheiro com isso.

A venda de leite artificial para recém-nascidos é um negócio de treze biliões de dólares americanos ao ano!

A corrida ao lucro dos fabricantes de alimento para lactentes fez esquecer a todos o maior dom da natureza para as crianças: o leite materno.

O comércio de alimentação para lactentes é uma das maiores histórias de sucesso do marketing, mas tornou-se, ao mesmo tempo, uma tragédia para milhões de crianças e para as suas famílias.



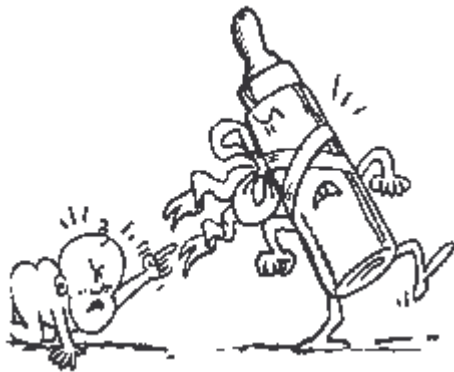
São utilizados todos os tipos de truques para cativar as mães: publicidade, distribuição de ofertas e amostras, desdobraíveis, panfletos e estudos fornecidos aos médicos e às mães para mostrar que o leite artificial é melhor ou “quase igual” ao leite materno.

Durante muito tempo os fabricantes de leite para bebês puderam fazer tudo, ou quase tudo. Mas depois as pessoas perceberam o que estava a acontecer.

Lentamente, mas com firmeza, começou a batalha contra o biberão!

Algumas empresas publicam brochuras que falam do aleitamento materno salientando os problemas e dando a entender que se trata de uma opção cheia de dificuldades.

Os grupos, pessoas individuais e organizações que se preocupam com a saúde materno-infantil mobilizaram-se. Entre estes está o IBFAN (*International Baby-food Action Network*, ou seja, a rede internacional de acção para a alimentação infantil), que conta agora com mais 200 grupos em mais de 100 países.



Os médicos e enfermeiros começaram a perceber que estavam a ser usados pelos fabricantes para promover os alimentos para bebês. Era necessário fazer alguma coisa.

A Assembleia Mundial de Saúde (assembleia da OMS) e a UNICEF adoptaram o Código em 1981 para travar a publicidade a alimentos para recém-nascidos.

O Código foi aprovado com o voto favorável de 118 países contra um: os EUA.

Hoje em dia, pelo menos 32 países em todos os continentes incluíram o Código na sua totalidade na legislação nacional. Isto significa que as suas disposições são legalmente vinculativas para fabricantes e distribuidores, nestes países.

Cerca de 70 outros países introduziram muitas ou algumas das disposições do Código na sua lei.

Alguns têm projectos de lei à espera de aprovação, enquanto outros ainda adoptaram orientações voluntárias que a indústria e os agentes sanitários devem seguir.

A IBFAN\_ICDC publica periodicamente um documento com estas informações actualizadas, chamado “State of the Code by Country”, disponível para envio a quem o solicitar.

Também nos países em que o Código ainda não foi legalmente adoptado os fabricantes e distribuidores de substitutos do leite materno devem seguir as suas disposições.

Os fabricantes e distribuidores de substitutos do leite materno assumiram as suas responsabilidades e comprometeram-se a seguir as restrições impostas.



## Qual é o objectivo do Código?

O Código nasceu para contribuir para a divulgação de uma melhor alimentação e nutrição dos lactentes e protecção das mães e do aleitamento materno, contra o marketing agressivo da indústria de alimentos para bebés.

É um código de comercialização. Não proíbe a venda de alimentos para lactentes, mas impede ou limita estratégias promocionais que levem as mães a substituir o leite materno por produtos industriais.



## A que produtos se dirige?

O Código aplica-se ao marketing de qualquer tipo de fórmulas para lactentes (em pó ou líquido) e fórmulas de transição incluindo as ditas “fórmulas especiais” (anticólicas, anti-refluxo, etc), de qualquer outro alimento ou bebida que seja apresentado e vendido como sendo adequado para bebés com menos de seis meses, bem como de biberões e tetinas.

Hoje em dia os médicos sabem que os bebés crescem melhor se forem amamentados exclusivamente a leite materno durante os primeiros seis meses de vida.

Isto quer dizer que até esse momento não é necessário qualquer outro alimento (leite, sumo, água ou cereais) e, por isso, estes não devem ser publicitados.

Depois dos seis meses, o estômago do bebé é já suficientemente forte para digerir papas, fruta e outros alimentos. O aleitamento pode continuar enquanto a mãe e o bebé quiserem. É aconselhado durante os primeiros dois anos, ou mais. Isto quer dizer que nem o leite de crescimento deve ser publicitado.

Em resumo, qualquer produto que vise substituir o leite materno é um “substituto do leite materno” e o Código afirma que nenhum substituto pode ser publicitado.



O Código também proíbe outras formas de promoção destes produtos, tais como ofertas especiais, descontos, exposições, amostras gratuitas, promoção de leite em instituições de saúde, etc.

## E os hospitais e clínicas?

Porque é que as empresas oferecem leite às clínicas e hospitais? E porque é que isso está errado? Se houver muito leite artificial à sua disposição, os médicos e enfermeiros, sempre muito atarefados, usarão o leite em pó em vez de ajudar a mãe a amamentar, algo que requer tempo e atenção. Se a mãe não dá a mama imediatamente após o parto, poderá ter cada vez mais dificuldade em iniciar a amamentação.

Se a mama não for estimulada, a sua produção pode parar e a mãe terá que comprar leite industrial até ao ano ou dois anos do bebé.



Os médicos devem mostrar a utilização do leite artificial somente ao número restrito de mães que têm realmente necessidade, não a todas as outras. Devem esclarecê-las dos riscos para a saúde relacionados com a dosagem errada e com uma preparação incorrecta do leite em pó.

Os hospitais e as clínicas não devem permitir nenhum tipo de publicidade comercial: cartazes, calendários, relógios, imagens de alimentos para recém-nascidos ou imagens atractivas da alimentação com biberão.

## A educação dos consumidores

Se as empresas quiserem fazer brochuras para as mães, devem explicar claramente:

as vantagens e a superioridade do aleitamento materno

como a mãe se pode preparar para amamentar e como será bem sucedida

como a utilização do biberão torna mais difícil a amamentação

quanto custa alimentar uma criança a biberão



Este tipo de brochura e outro material educativo não pode ter imagens de médicos ou enfermeiros nem outras imagens ou texto que possam encorajar as mães a escolher o biberão, ou que mostrem a amamentação como mais complexa do que ela é.

## O que é que os fabricantes e distribuidores não devem fazer?

As empresas não podem dar às mães e aos profissionais de saúde amostras dos seus produtos, nem podem fazer publicidade.

Não podem fornecer gratuitamente ou a baixo custo os seus produtos às instituições de saúde, nomeadamente às maternidades, porque isso equivale, de facto, a promover a alimentação artificial.

Não podem dar aos profissionais de saúde dinheiro ou presentes de qualquer tipo, nem que sejam muito insignificantes.

A obrigação dos médicos e dos enfermeiros é ajudar as mães a amamentar os seus bebés.

Os colaboradores das empresas que fabricam e distribuem estes produtos não devem visitar os hospitais e maternidades para falar com as mães.

Não devem promover os seus produtos nas lojas através de ofertas especiais, exposições e outros. A alimentação para recém-nascidos deve existir somente nas prateleiras para as poucas mães que dela precisam.





## E os rótulos?

Os rótulos do leite artificial não devem ter imagens dos recém-nascidos nem transmitir uma imagem atractiva da alimentação a biberão. Isto quer dizer que não devem existir imagens de lactentes ou outras imagens ou texto que transmitam a impressão de que este alimento é ideal para os bebés.

Devem dizer que o leite materno é o melhor alimento para os lactentes e advertir para os riscos para a saúde se o produto for preparado de forma incorrecta.

Os rótulos dos alimentos para lactentes não devem desencorajar a amamentação.

Os rótulos não devem publicitar os produtos de forma a levar à sua utilização antes de ela ser necessária.

Isto quer dizer que a utilização de alimentos complementares ao leite materno, tais como cereais, não deve ser aconselhada aos 3-4 meses, mas antes aos 6 meses, idade aconselhada para complementar o leite materno com este tipo de alimento.



## E o que é que você tem a ver com isto?

Muito! Cada um de nós pode contribuir para uma melhor alimentação infantil e para o respeito pelo Código!

Podemos também ajudar a fazer a monitorização do Código.

## Mais ideias

Fale da importância do aleitamento materno e divulgue o código internacional. Associe-se à IBFAN, participando num dos grupos de trabalho dedicados à protecção do Código e do aleitamento materno.

Informe-se sobre o estado actual do Respeito pelo Código, em [www.lbfan.org](http://www.lbfan.org) ou IBFAN Europa –GIFA PO  
Box 1571211 Genebra  
19 Suíça  
Tel: (+41) 22 98 9164  
Fax: (+41) 22 798 4443  
E-mail: [info@gifa.org](mailto:info@gifa.org)

Sinalize eventuais violações do Código junto da Direcção Geral da Saúde DGS ([www.dgsaude.pt](http://www.dgsaude.pt))

Publicações do Código em inglês

**The Code Handbook**, 2nd edition, a Guide to Implementing the International Code, 395 pages, IBFAN/ICDC 2005

**State of the Code by Country, 2006** and **State of the Code by Company 2004**, IBFAN-ICDC

**Breaking the Rules, Stretching the Rules 2004**, Evidence of Violations of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes and subsequent resolutions, full colour, 94 pages, IBFAN-ICDC, 2004

**Look What They're Doing!** Marketing Trends, na IBFAN summary by theme, five full-colour pamphlets, IBFAN-ICDC, 2001

**Look What They're Doing!** Country reports, a review of Code compliance and violations at country level – China, Egypt, Indonesia, Tanzania, Ghana & Zimbabwe and United Arab Emirates, full colour, IBFAN-ICDC, 2003-2006

**Standard IBFAN Monitoring (SIM) manual & forms**, How to monitor compliance with the International Code, 31 pages, IBFAN-ICDC, 2004