

Comunicado de Imprensa

Comercialização de alimentos infantis: mais bebês expostos ao perigo. A indústria de alimentos infantis, com um movimento de 8 bilhões de dólares, continua buscando a ampliação do mercado.

Embora o aleitamento materno seja universalmente reconhecido como a melhor forma de alimentar os bebês, a publicação "**Breaking the Rules**" mostra que a indústria continua bombardeando os serviços de saúde e o público com seus produtos e sua propaganda. "**Breaking the Rules 1998 (Violando las Reglas 1998)**" é um informe mundial sobre as práticas de marketing dos principais fabricantes de fórmulas infantis e outros substitutos do leite materno.

Apesar dos fabricantes afirmarem obediência ao Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno OMS/UNICEF (1), as evidências recolhidas em 31 países (2) mostram que eles continuam prejudicando a amamentação e a saúde das crianças. Todos os monitores capacitados para realizarem este diagnóstico utilizaram um protocolo único para identificar as práticas de comercialização em hospitais, locais de venda e rótulos dos produtos.

De acordo com Carol Bellamy; diretora executiva do UNICEF: "*As práticas de marketing que prejudicam a amamentação são perigosas onde quer que sejam utilizadas: a OMS estima que nos países em desenvolvimento quase um milhão e meio de bebês morrem anualmente por falta de amamentação adequada*"(3).

Nos países industrializados, um bebê alimentado com mamadeira corre maior risco de sofrer de doenças respiratórias e infecções gastrointestinais. A principal conclusão do informe "Breaking the Rules 1998" é que a indústria continua concentrando sua estratégia de promoção comercial nos serviços de saúde. "

"As maternidades representam o caminho mais direto de se atingir mães e bebês, e por sua vez os profissionais de saúde são a melhor autoridade para recomendar novos produtos e, conseqüentemente, reforçar a lealdade de seus pacientes a uma marca" afirma Annelies Allain, uma das autoras do informe. Quase a metade das 60 páginas do informe ilustra as violações contínuas ao Código Internacional em hospitais, clínicas e centros de saúde.

As empresas continuam violando abertamente as disposições do Código e de outras Resoluções da Assembléia Mundial de Saúde (AMS), através de doações de produtos, distribuição de cartazes, calendários, livretos promocionais e brindes aos profissionais de saúde e às mães. A maioria das indústrias interrompeu a publicidade direta de leites infantis ao público. No entanto, leites infantis não são os únicos substitutos do leite materno. Outros produtos promovidos para bebês menores de seis meses estão sendo, de fato, comercializados para substituir o leite materno.

O melhor alimento para todos os bebês nos primeiros seis meses de vida é o leite materno, devendo ser recomendado de forma exclusiva (4, 5). Os leites de seguimento que são promovidos para bebês de várias idades também substituem o leite materno, o qual entre os líquidos, representa a parte mais nutritiva da dieta do bebê (5). É lícito que as indústrias vendam esses produtos; entretanto, não é permitida sua promoção comercial.

Levando em conta a incorporação das Resoluções mais recentes da AMS, 21 países têm hoje legislação mais ampla que o Código Internacional, adotado há 17 anos, como um "requisito mínimo". Outros 22 países têm projetos de lei e outras medidas

que estão em processo de aprovação. A indústria de alimentos infantis está preocupada com isso e tem feito grandes esforços para limitar o alcance de qualquer nova legislação. *"A maioria das indústrias diz obedecer o Código, de acordo com sua própria interpretação, o que, em geral, significa que a abrangência inclui somente os leites infantis"* diz Ellen Sokol, assessora jurídica do Centro Internacional de Documentação do Código e co-autora deste informe, *"mas muitas das novas leis não permitem interpretações ambíguas e têm uma abrangência muito clara que inclui os produtos que hoje continuam sendo promovidos impunemente"*.

O objetivo do Código Internacional é proteger e promover o aleitamento materno. **"Breaking the Rules 1998"** mostra as estratégias de marketing que violam a letra e o espírito do Código. As indústrias estão usando cada vez mais técnicas de marketing diretas às mães. Pegam dados dos serviços de saúde para montar listas de endereço das mães e depois lhes enviam amostras, brindes e livretos às suas casas.

O subtítulo do informe **"Ampliando as Regras"**, faz alusão à parte final do mesmo em que se descrevem novos produtos e novas práticas de comercialização, cada vez difundidas em mais países. Um dos produtos novos é o "leite modificado para mães", atualmente comercializado por pelo menos dez grandes empresas. É uma invenção engenhosa que permite às indústrias entrar na onda pró-amamentação, vender um produto novo e, com muita publicidade, recordar às mães, aos médicos e às enfermeiras o nome da companhia.

Apesar da indústria ter o hábito de ignorar os informes de organizações independentes, a IBFAN mantém o compromisso de continuar exigindo que as companhias cumpram suas obrigações com relação ao Código.

Carol Bellamy disse que era infeliz e mal vista a reação da indústria de alimentos infantis de ignorar e rechaçar as conclusões do informe anterior **"Cracking the Rules"**, publicado em janeiro de 1997. *"Vale a pena notar" disse ela, "que os resultados das avaliações periódicas realizadas pela IBFAN foram claramente confirmados por este informe (de janeiro de 1997). O UNICEF propõe que se continue apoiando a IBFAN na realização dos monitoramentos periódicos sobre o cumprimento ao Código Internacional. O UNICEF considera este assunto bastante consequente... Trata-se, simplesmente, de falar em sobrevivência e desenvolvimento infantil". (3)*

Este informe foi distribuído simultaneamente em 35 países. Para maiores informações dirijam-se a:

(Português) IBFAN Brasil, tel/fax. 012-3419006, e-mail: soalma@intervale.com.br
IBFAN São Paulo, tel/fax. 011-31067328, e-mail: nismc@isaude.sp.gov.br
IBFAN Rio, e-mail: ibfanrio@ax.apc.org, IBFAN Joinville, tel: 047-4220076

(Inglês) IBFAN/ICDC, tel: 60-4-6569799, fax: 6577291, e-mail: ibfanpg@tm.net.my

(Espanhol) IBFAN Argentina, tel. 54-20-821723, e-mail: fvallone@intramed.net.ar
CONAPLAM, tel. 502-3353711, e-mail: ruth.arango@starnet.net.gt

Notas

1. O Código Internacional de Comercialização dos Substitutos de Leite Materno foi aprovado em maio de 1981 pela Assembléia Mundial de Saúde, por 118 votos a favor e um contra.
2. Este informe mundial é baseado em informes e dados nacionais dos seguintes países: Alemanha, Argentina, Bangladesh, Benin, Bolívia, Brasil, Colômbia, Coréia, Costa Rica, Costa do Marfim, Croácia, Espanha, Filipinas, Gabão, Guatemala, Indonésia, Quênia, Malásia, Maurício, México, Nicarágua, Nigéria, Peru, República Dominicana, Samoa Ocidental, Senegal, Tailândia, Tanzânia, Uruguai, Venezuela e Zâmbia.
3. Declaração de Carol Bellamy, diretora executiva do UNICEF, 14 de janeiro de 1997.
4. Resolução 49.15 da Assembléia Mundial de Saúde, adotada por unanimidade em 25 de maio de 1996.
5. Declaração da Academia Americana de Pediatria, novembro de 1997.
6. Últimos dados obtidos pelo Centro Internacional de Documentação do Código.