

## Datos esenciales sobre el Código

El Código es un conjunto de reglas de mercadeo diseñadas para proteger:

- A los/las bebés (tanto amamantados/as como alimentados/as artificialmente)
- A los padres/madres o quienes se encargan del cuidado del/la bebé
- A los/las profesionales de la salud

El Código regula la comercialización de todos los sucedáneos (no sólo las fórmulas infantiles) y los utensilios para la alimentación infantil. Éstos incluyen:

- Cualquier producto comercializado para alimentación infantil, sea éste adecuado o no, durante los primeros seis meses.
- Cualquier producto comercializado para la alimentación infantil después de los seis meses, que sustituya a la leche materna como parte de la dieta
- Cualquier biberón o tetina (las chupetas se consideran tetinas).

En términos prácticos, esto significa que el Código se aplica a:

- Fórmulas infantiles
- Fórmulas especiales
- Fórmulas de seguimiento
- Té infantil, aguas minerales y jugos infantiles
- Alimentos complementarios cuyas etiquetas especifiquen su uso antes de los seis meses
- Biberones y tetinas

El Código fue diseñado para funcionar internacionalmente y:

- Aplica tanto para las compañías como para los gobiernos.
- Es un punto de referencia que cada gobierno (o compañía) deberá fortalecer para hacerlo más efectivo.
- Las compañías deben implementarlo aún cuando los gobiernos no hayan establecido medidas para su regulación.
- Puede implementarse mediante regulaciones o leyes gubernamentales.

El Código es una resolución de la AMS y es una decisión colectiva a nivel internacional para abordar problemas de salud globales. Cuando nuestras delegaciones nacionales respaldan una resolución de la AMS, comprometen a sus países a implementar dicha resolución en representación nuestra. Como todas las resoluciones de la AMS, el Código nos pertenece a todos/as.

Desde que se adoptó el Código en 1981, se han aprobado once resoluciones que han aclarado posibles confusiones y que han abordado nuevas amenazas a la salud de lactantes y niños/as pequeños/as. Todas estas resoluciones reiteran la importancia de hacer que el Código funcione. Depende de nosotros/as recordarles a nuestros gobiernos y apoyarles en el cumplimiento del Código y sus resoluciones.

## Algunos ejemplos de comercialización perjudicial

### 1. Afirmaciones engañosas sobre la salud (llamadas propiedades saludables)

Es natural que las madres, padres y personas quieran que sus hijos/as sean saludables e inteligentes. Abbott Ross hace publicidad sobre Similac en revistas dirigidas a las madres y familia como 'La Fórmula Inteligente para Bebés Inteligentes', que muestra una fotografía de un lindo bebé frente a una computadora. Incluye un cupón que ofrece una muestra gratis de fórmula infantil. El anuncio compara el producto con la leche materna y afirma que la adición de ácidos grasos mejorará la inteligencia y visión de los/las bebés. No obstante, no existe evidencia científica válida que respalde estas afirmaciones.



El Código prohíbe la publicidad, ofrecer muestras gratuitas a los padres y las madres, idealizar la alimentación artificial y comparar los productos con la leche materna.

Si la publicidad se limitara únicamente a dar información, sería difícil de objetarla. Pero existe una gran cantidad de publicidad que nos hace sentir que necesitamos algo que antes no necesitábamos.

Richard Layard, Profesor de Economía, 2005.

## PRINCIPALES PUNTOS DEL CÓDIGO

- ★ No hacer publicidad de ningún sucedáneo de leche materna (ningún producto comercializado o que afirme reemplazar a la leche materna), biberones y tetinas.
- ★ No obsequiar muestras gratis, ni suministros gratuitos o a bajo costo.
- ★ No promocionar productos en los sistemas de salud o sus alrededores.
- ★ No debe haber contacto alguno entre el personal de mercadeo y las madres (incluyendo a profesionales de la salud pagados por la compañía para aconsejar o enseñar).
- ★ No hacer obsequios o muestras personales a trabajadores/as de la salud o sus familias.
- ★ Las etiquetas deben ser en lenguaje apropiado y no deben contener palabras o fotografías que idealicen la alimentación artificial.
- ★ La información que se proporcione a los/las trabajadores/as de la salud debe ser únicamente científica y documentada.
- ★ Los gobiernos deben garantizar que se brinde información objetiva y consistente sobre la alimentación de lactantes y niños/as pequeños/as.
- ★ Toda la información sobre alimentación infantil artificial debe explicar claramente los beneficios de la lactancia materna, además de advertir sobre los costos y peligros relacionados con la alimentación artificial.
- ★ Productos inconvenientes como la leche condensada endulzada, no debe promoverse para bebés.
- ★ Todos los productos deben ser de alta calidad y deben tomar en cuenta las condiciones climáticas y de almacenamiento del país en que van a ser utilizados.
- ★ Los fabricantes y distribuidores deben cumplir con el Código (y todas las posteriores resoluciones de la AMS), independientemente de cualquier acción por parte del gobierno para implementarlo.

Fuente: Serie Europea de la OMS No. 87, 2000, página 150