

Aspectos básicos do Código

O Código é um conjunto de regras de comercialização criadas para proteger:

- bebês (amamentados ou alimentados artificialmente)
- pais ou pessoa que cuida de um bebê
- profissionais da saúde

O Código regulamenta a comercialização de todos os substitutos do leite (não apenas as fórmulas infantis) e de utensílios para alimentação infantil, que incluem:

- qualquer produto comercializado para a alimentação de um bebê, adequado ou não, durante os seis primeiros meses.
- qualquer produto comercializado para alimentação infantil após os seis meses de vida que substitua o leite materno na dieta.
- qualquer tipo de bico, chupeta e mamadeira.

Na prática, isso significa que o Código se aplica a:

- fórmulas infantis
- fórmulas especiais
- fórmulas de seguimento
- chás, água mineral ou sucos para bebês
- alimentos complementares
- bicos, chupetas e mamadeiras

O Código foi elaborado para funcionar internacionalmente e:

- aplica-se a empresas e governos
- é um guia que pode ser fortalecido por governos (e empresas) para torná-lo mais efetivo
- as empresas devem implementá-lo mesmo nos locais em que os governos não possuem medidas reguladoras
- pode ser implementado por regulamentos ou leis governamentais.

O Código é uma resolução da Assembléia Mundial da Saúde, adotado como uma decisão coletiva internacional, com o objetivo de resolver problemas mundiais de saúde. Quando nossos representantes concordam com uma Resolução da AMS, seus países assumem o compromisso de implementar tais resoluções em nosso benefício. Como todas as resoluções da AMS, o Código pertence a todos nós.

Desde que o Código foi adotado em 1981, outras onze resoluções da Assembléia Mundial de Saúde foram aprovadas para esclarecer confusões e tratar de outras ameaças à saúde dos lactentes e crianças de primeira infância. Todas elas reafirmam a importância de fazer o Código funcionar. Cabe a nós lembrar nossos governantes e ajudá-los no cumprimento de seus compromissos com o Código e suas resoluções.

Alguns exemplos de práticas de promoção prejudiciais

1. Usar alegações enganosas sobre saúde

É natural que os pais queiram que seus filhos sejam saudáveis e inteligentes. A Abbott Ross anuncia seu produto Similac em revista para os pais como "A fórmula inteligente para bebês inteligentes," junto à foto de um bebê esperto diante de um computador. Um cupom oferece aos pais uma amostra grátis da fórmula. O anúncio compara o produto ao leite materno e declara que a adição de ácidos graxos melhorará a inteligência e a visão. Não há evidências científicas que apoiem tais alegações.



O Código proíbe a propaganda, a oferta de amostras grátis aos pais, a idealização da alimentação artificial e a comparação de produtos com o leite materno.

Se a propaganda apenas trouxesse informação seria difícil fazer objeção a ela. No entanto, muitos anúncios fazem com que tenhamos a sensação de precisarmos de algo que antes era desnecessário.

Richard Layard, Professor de Economia, 2005.

Principais elementos do Código

- ❌ Nenhuma propaganda de substitutos do leite materno (qualquer produto promovido ou apresentado para substituir o leite materno), mamadeiras, bicos e chupetas.
- ❌ Nenhuma amostra grátis ou doações ou suprimentos a baixo custo.
- ❌ Nenhuma promoção de produtos em instituições de saúde ou por meio delas.
- ❌ Nenhum contato entre o pessoal de marketing e as mães (o que inclui profissionais de saúde pagos por empresas para aconselhar ou ensinar).
- ❌ Nenhum presente ou amostra a trabalhadores de saúde ou seus familiares.
- ❌ Rótulos com linguagem adequada, sem palavras ou figuras que idealizem a alimentação artificial.
- ❌ Apenas informações científicas aos profissionais da saúde.
- ❌ Garantia dos governos quanto ao fornecimento de informações objetivas e coerentes sobre alimentação de lactentes e crianças de primeira infância.
- ❌ Toda informação sobre alimentação artificial para lactentes deve explicar com clareza os benefícios da amamentação, alertar sobre o custo e os riscos associados à alimentação artificial.
- ❌ Produtos inadequados, como o leite condensado, não devem ser promovidos para os lactentes e crianças de primeira infância.
- ❌ Todos os produtos devem ter alta qualidade, além de serem adequados às condições climáticas e de armazenamento do país em que serão utilizados.
- ❌ Fabricantes e distribuidores devem obedecer ao código (e a todas as demais resoluções da Assembléia Mundial de Saúde), independente de qualquer ação governamental para a sua implementação.

Fonte: WHO European Series No 87, 2000, p. 150