

# **ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΩΔΙΚΑΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΩΝ ΜΗΤΡΙΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ**

**Δρ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΑΔΑΜΙΔΗΣ  
ΠΑΙΔΙΑΤΡΟΣ  
ΠΡΟΕΔΡΟΣ IBFAN GREECE  
ΔΙΟΙΚΗΤΗΣ Π.Γ.Ν.Ε.**

- **Οι βιομηχανίες παρασκευής υποκατάστατων μητρικού γάλακτος, μπιμπερό και πιπίλων στις διαφημιστικές τους εκστρατείες δημιουργούν την εντύπωση στις οικογένειες και στο ιατρο-νοσηλευτικό προσωπικό, ό,τι τα προϊόντα τους είναι το ίδιο καλά με το μητρικό γάλα.**

# Επιπτώσεις μιας τέτοιας διαφήμισης

- Υπονόμευση της εμπιστοσύνης της γυναίκας στην ανωτερότητα του μητρικού γάλακτος και της ικανότητάς της να θηλάσει
- Οικοδόμηση της εμπιστοσύνης του ιατρο-νοσηλευτικού προσωπικού, στην ορθότητα των πληροφοριών που διαχέουν οι εταιρείες για τη βρεφική διατροφή.

# ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

Έρευνες απέδειξαν ότι οι μητέρες που λαμβάνουν διαφημιστικά δώρα με πληροφορίες και υποκατάστατα μητρικού γάλακτος [πχ. Κουτί με γάλα σκόνη], είναι πολύ πιο πιθανό να διακόψουν το θηλασμό νωρίτερα ή να μη θηλάσουν αποκλειστικά, απ' ό,τι οι μητέρες που είναι προστατευμένες από αυτή τη διαφήμιση.

## **ΣΥΝΕΠΩΣ**

**Ο μητρικός θηλασμός έχει ανάγκη προστασίας από τις επιπτώσεις της διαφήμισης – προώθησης των υποκατάστατων μητρικού γάλακτος. Αυτό επιτυγχάνεται αν η προώθηση απαγορευτεί με νόμο του κράτους.**

Το 1981, η Παγκόσμια Σύνοδος για την Υγεία υιοθέτησε το **ΔΙΕΘΝΗ ΚΩΔΙΚΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΩΝ ΜΗΤΡΙΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ** (*The international Code Of Marketing Breastmilk Substitutes*), με τον οποίο επιδιώκεται η ρύθμιση για τη διαφήμιση των υποκατάστατων μητρικού γάλακτος, των μπιμπερό και των πιπίλων.

- Η Ελλάδα έχει υιοθετήσει τον Κώδικα με σχετικό διάταγμα. Η περίφημη **«Πρωτοβουλία Για Τη Δημιουργία Φιλικών Για Το Βρέφος Νοσοκομείων»** ή αλλιώς **«The Baby Friendly Hospital Initiative»** χρησιμοποιεί το Διεθνή Κώδικα ως βασικό κανόνα της.

Ο Διεθνής Κώδικας Εμπορίας και Διαφήμισης Υποκατάστατων Μητρικού Γάλακτος προτάθηκε ως το ελάχιστο μέτρο, που πρέπει να παίρνεται από τις εθνικές νομοθεσίες. Αποσκοπεί δε:

- Στην προστασία και προαγωγή του μητρικού θηλασμού
- Στην εξασφάλιση της σωστής χρήσης των υποκατάστατων μητρικού γάλακτος, όταν αυτά θεωρούνται απαραίτητα, υπό τον όρο, της επαρκούς πληροφόρησης και μέσω κατάλληλης διαφήμισης και διακίνησης.



- Σκοπός του Κώδικα είναι να ρυθμίσει τη διαδικασία της διαφήμισης και **όχι να απαγορεύσει την πώληση των προϊόντων.** Προστατεύει το δικαίωμα της κάθε γυναίκας να διαλέξει τον τρόπο που θα ταΐσει το μωρό της. Ο Κώδικας δεν επιδιώκει τη διακοπή της προαγωγής της τεχνητής διατροφής.

- **Ποια προϊόντα καλύπτει ο Κώδικας?**

Ο Κώδικας αναφέρεται στα υποκατάστατα μητρικού γάλακτος, στα μπιμπερό και στις πιπίλες, στις υγρές ή στερεές τροφές που δίνονται στα μωρά με μπιμπερό, οι οποίες υποδεικνύονται για την αντικατάσταση του μητρικού γάλακτος, ακόμη και αν δεν είναι κατάλληλες γι' αυτό το σκοπό.

# ΤΑ ΔΕΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΗ ΚΩΔΙΚΑ

- 1. Απαγορεύεται η διαφήμιση υποκατάστατων μητρικού γάλακτος σε νοσοκομειακούς ή άλλους χώρους υγείας και στο κοινό.**

*Η διαφήμιση είναι σχεδιασμένη για να μεταφέρει ένα μήνυμα, με το οποίο θα πείσει τον πελάτη για να το αγοράσει. Δεν αποτελεί αντικειμενικό τρόπο προβολής πληροφοριών για το προϊόν. Οι διαφημίσεις δε μπορούν να πουν όλη την αλήθεια.*

Αν τα υποκατάστατα μητρικού γάλακτος διαφημίζονται από τα νοσοκομεία, υποθάλπονται τα μηνύματα για την προαγωγή της υγείας και υποδηλώνεται ότι το σύστημα υγείας επιδοκιμάζει το προϊόν. Η διαφήμιση αυτή υπονομεύει την αυτοπεποίθηση της μητέρας στο δικό της γάλα και αντιπροτείνει το υποκατάστατο σαν αποδεκτό και βολικό. Σκεφτείτε τις συνέπειες αν ένα νοσοκομείο αποφάσιζε να τοποθετήσει διαφημίσεις για το κάπνισμα.

**2. Απαγορεύεται η διανομή δωρεάν δειγμάτων στις μητέρες και στις έγκυες, που να περιέχουν υποκατάστατα μητρικού γάλακτος.**

Η διανομή δειγμάτων είναι ένας από τους αποτελεσματικότερους τρόπους προαγωγής ενός προϊόντος και είναι πολύ πιθανό να υπονομεύσει το θηλασμό, ίσως περισσότερο και από τη διαφήμιση.

**3. Απαγορεύεται η δωρεάν ή με μειωμένη τιμή προμήθεια βρεφικού γάλακτος σε νοσοκομεία και μαιευτήρια.**

Οι περισσότερες μητέρες που δίνουν ξένο γάλα θα συνεχίσουν να χρησιμοποιούν τη μάρκα του γάλακτος που χρησιμοποιείται και στο νοσοκομείο. Οι εταιρίες συναγωνίζονται για να προμηθεύσουν τα νοσοκομεία δωρεάν ή και πληρώνοντας.

#### 4. Απαγορεύεται η επαφή των μητέρων με τους αντιπροσώπους των εταιριών βρεφικού γάλακτος.

Οι αντιπρόσωποι πληρώνονται για να προωθούν τα προϊόντα της εταιρίας τους. Πολλές φορές προσφέρονται να παρέχουν εκπαιδευτικές υπηρεσίες ή συμβουλές στις μητέρες που πολύ πιθανό να μην είναι αμερόληπτες.

**5. Τα πληροφοριακά φυλλάδια που απευθύνονται σε μητέρες πρέπει να υπόκεινται σε περιορισμούς.**



- Θα πρέπει να αναφέρονται η ανωτερότητα του μητρικού γάλακτος και οι αρνητικές επιπτώσεις της χορήγησης συμπληρωμάτων με το μπιμπερό
- Οι πληροφορίες για το πώς παρασκευάζεται το ξένο γάλα θα πρέπει να αναφέρουν και πληροφορίες για το συνολικό κόστος από τη χρήση του προϊόντος.

**6. Δεν πρέπει οι εταιρίες να προσφέρουν δώρα στο ιατρο-νοσηλευτικό προσωπικό.**

Τα δώρα αποσκοπούν σε κλίμα καλής θέλησης μεταξύ του προσωπικού και των εταιριών, αλλά στην ουσία είναι μέσο προώθησης των προϊόντων τους. Μερικά από τα δώρα των εταιριών είναι χρήσιμα για τη δουλειά του προσωπικού.

Αν οι μητέρες δουν το ιατρο-νοσηλευτικό προσωπικό να χρησιμοποιεί τέτοια δώρα όπως στυλό, φλυτζάνια, συνταγολόγια κλπ. που φέρουν το όνομα και το σήμα της εταιρίας επάνω τους, τότε η εταιρία έχει χρησιμοποιήσει πετυχημένα τους εργαζόμενους για να προωθήσει τα προϊόντα της.

**7. Απαγορεύεται η διανομή δωρεάν δειγμάτων βρεφικού γάλακτος στο ιατρο-νοσηλευτικό προσωπικό.**

Είναι πολύ πιθανό τα δείγματα αυτά να καταλήξουν στις μητέρες. Δωρεάν δείγματα μπορούν να δοθούν για ερευνητικούς σκοπούς μέσα στο νοσοκομείο. Θα πρέπει να συνοδεύονται από τις σχετικές οδηγίες, περιλαμβανομένου του ερευνητικού πρωτοκόλλου ή της αναφοράς των ευρημάτων της έρευνας.

**8. Τα ενημερωτικά φυλλάδια που απευθύνονται στο ιατρο-νοσηλευτικό προσωπικό θα πρέπει να περιορίζονται σε επιστημονικές και συγκεκριμένες πληροφορίες.**

Οι διαφημιστές είναι επαγγελματίες που εγγυώνται ότι τα διαφημιστικά τους μηνύματα είναι πολύ εκλεπτυσμένα και αποτελεσματικά αφού απευθύνονται σε επαγγελματίες στο χώρο της υγείας.

Δυστυχώς πολλοί από τους  
γιατρούς και το νοσηλευτικό  
προσωπικό συχνά βασίζονται  
στις πληροφορίες που τους  
παρέχουν οι εταιρίες

**9. Απαγορεύονται οι φωτογραφίες μωρών πάνω σε ετικέτες και διαφημιστικά των εταιριών ξένου γάλακτος.**

Οι φωτογραφίες ευτυχισμένων, υγιών νηπίων πάνω στα κουτιά έχει σκοπό τη σύνδεση του προϊόντος με την ευεξία των μωρών. Οι μητέρες ενθαρρύνονται να πιστέψουν ότι και τα δικά τους μωρά θα γίνουν εξίσου υγιή αν χρησιμοποιήσουν το προϊόν. Οι ετικέτες πρέπει να αναγράφουν την προειδοποίηση ότι ο θηλασμός είναι ο καλύτερος και ότι το υποκατάστατο πρέπει να χρησιμοποιείται έπειτα από αιτιολογημένη εντολή γιατρού.

## 10. Τι γίνεται με τις ετικέτες άλλων προϊόντων?

Θα πρέπει να αναγράφουν λεπτομερώς τις απαραίτητες πληροφορίες για τη σωστή χρήση των προϊόντων. Δε θα πρέπει να αποθαρρύνουν το θηλασμό.



# ΠΟΙΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΤΟ ΙΑΤΡΟ-ΝΟΣΗΛΕΥΤΙΚΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΗ ΚΩΔΙΚΑ?

1. Να μη δέχεται χρήματα ή δώρα που προέρχονται από εταιρίες υποκατάστατων μητρικού γάλακτος.
2. Να μη δέχεται δείγματα των προϊόντων των εταιριών, όπως κουτιά γάλα, μπιμπερό, πιπίλες και θηλές.

3. Να μη δίνει ομιλίες ή να παρακολουθεί συνέδρια τα οποία χρηματοδοτούνται από εταιρίες.
4. Να προσπαθήσει να περάσει τα άρθρα του Κώδικα στην πολιτική του νοσοκομείου όπου εργάζεται ο καθένας.

Ο καλύτερος τρόπος για να περιοριστεί η προώθηση υποκατάστατων μητρικού γάλακτος είναι με νόμο. Αλλά τα νοσοκομεία και το προσωπικό τους μπορούν να παίξουν σημαντικότατο ρόλο με το να αντιστέκονται σε κάθε ενέργεια προώθησης τέτοιων προϊόντων, ακόμη κι αν δεν έχουν απαγορευτεί με νόμο.

# ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΜΙΛΕΝΑ!



ΑΔΑΜΙΔΗΣ "ΜΙΛΕΝΑ ΡΟΥΖΚΟΒΑ 2017"