



## **OSC Señalan la incongruencia en la falta de participación de mujeres en el Foro sobre Lactancia Materna y en cambio estuvo representada la industria de sucedáneos**

- *Las mujeres y su visión tendrían que estar siempre presentes en cualquier foro sobre lactancia materna. De la misma manera en la que cualquier persona u organización que participe en su promoción deberá estar libre de conflictos de interés.*
- *El Código de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna recomienda a los Gobiernos promulgar leyes y reglamentos para evitar la propaganda de estos productos. El Gobierno de México, a través de la Secretaría de Salud ha permitido que, en vez de regular las prácticas de promoción y publicidad de la industria, esta se auto-regule.*

**Ciudad de México, 09 de agosto, 2018.** Las organizaciones de la Liga de la Leche Materna México e International Baby Food Action Network (IBFAN) expertas en trabajar y promover la lactancia materna, rechazan y se unen a la indignación generalizada por la manera en la que quedaron excluidas las mujeres en el foro de lactancia convocado por Secretaría de Salud: “Uniendo esfuerzos por la lactancia materna” durante la Semana Mundial de Lactancia Materna, y en donde participó su titular; las organizaciones enfatizaron en que las mujeres y su visión tendrían que estar siempre presentes en cualquier foro.

Sin embargo, para las organizaciones de la sociedad civil expertas en el tema también es muy importante señalar un hecho grave que de igual modo sucedió en este foro: la participación de la industria de los sucedáneos de la leche materna, demostrando cómo ha sido capturada la lactancia materna por este sector. Por lo que señalaron que cualquier persona u organización que participe en la promoción de la lactancia materna deberá estar libre de conflicto de interés.

En este evento, además de representantes del gobierno, los demás hombres eran en su mayoría representantes de la industria. El motivo de la presentación fue mostrar los resultados de la auto-regulación de la industria sobre el cumplimiento del Código de Comercialización de Sucédáneos de la Leche Materna de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y UNICEF. De acuerdo con las organizaciones, es probable que la ciudadanía desconozca este Código y la enorme importancia de su cabal cumplimiento para proteger la lactancia materna. En general, al reconocer que el descenso de la lactancia está influenciada por la promoción y la publicidad de la fórmula y otros alimentos artificiales, el Código recomienda a los gobiernos promulgar leyes y reglamentos para evitar la propaganda de estos productos. A pesar de esto, el gobierno de México, a través de la Secretaría de Salud ha permitido que, en vez de regular las prácticas de promoción y publicidad de la industria, que esta se auto-regule.

“Es una burla que la aplicación y vigilancia del Código de Sucédáneos esté en manos de la industria con el beneplácito del gobierno y es completamente incongruente que se autorregulen con un Código interpretado, redactado, “vigilado” y evidentemente sin sanciones, que la misma industria ha impulsado a través de la Cámara Nacional de Industriales de la Leche (CANILEC), siendo al mismo tiempo juez y parte de una situación que pone en riesgo la salud de millones de infantes en nuestro país”, declaró Elisa Ortiz Rincón, líder de La Liga de La Leche México y EL Área Caribe.

Otro de los presentes en ese foro masculino avalando la regulación de la industria fue el Subsecretario Pablo Kuri, quien hace apenas algunos días declaraba durante el Simposio de Lactancia Materna organizado por APROLAM, sobre el Proyecto de Norma Oficial Mexicana 050 SSA 2018 de lactancia materna: “Quiero decirles que la mayor resistencia a esa norma –y lo digo abiertamente porque tengo buena relación con ellos -eso no significa que uno como funcionario no pueda tener relación con ellos- fue de CANLIEC; fue la primera que se puso de pestañas porque estamos promoviendo que no se usen los sucedáneos de la leche materna. Cuando uno toca intereses económicos los temas se vuelven importantes, mientras no, ni quien los pele.”



Las organizaciones recordaron que el Código prohíbe cualquier tipo de publicidad y promoción de todas las fórmulas lácteas y los alimentos para menores de 0 a 36 meses, de los biberones y chupones. Desafortunadamente, en México y en otros países del mundo este Código se viola de manera constante y sistemática. Y para ello dieron ejemplos de cómo se dan y se han normalizado estas violaciones:

- En el momento en que alguna madre recibe una muestra de fórmula láctea.
- Cuando las fórmulas lácteas de cualquier etapa tienen declaraciones saludables que las hacen parecer tanto o más nutritivas que la leche materna.
- Usan en sus productos figuras infantiles en sus empaques y/o cuando al comprar alguna fórmula se recibe un regalo.
- Ofertar 3x2 en la compra de fórmulas lácteas.
- Al promover el uso de fórmula de seguimiento en cualquier medio o los productos alimenticios dicen que son recomendados para niños de 0-36 meses en sus etiquetas.
- Organizar eventos promocionales disfrazados de congresos de nutrición, cuyo objetivo principal es siempre posicionar sus productos y su marca.
- Dar apoyos financieros directos o indirectos a cualquier profesional de la salud, como libros, viajes a congresos, materiales.

La lista es muy larga y cada vez las técnicas de mercadotecnia son más complejas y sutiles, al respecto, Yatziri Zepeda, investigadora asociada del Instituto de Investigaciones Interdisciplinarias en Medio Ambiente de la Universidad Iberoamericana Puebla y miembro de la organización Proyecto Alimento, señaló: “me parece gravísima la manera en la que la industria ha hecho de la lactancia materna una marca; su marca. De cómo se ha apropiado de la semana mundial. Considero que los recursos significativos que invierte durante estos días tienen efectos negativos pues las mujeres jóvenes y el público en general asocian el concepto de lactancia materna con la fórmula láctea; se crea una lealtad a la marca. La industria debería estar al margen de la “promoción” de la lactancia y no participar en eventos como la Semana Mundial de la Lactancia Materna. Su misión es incrementar las ventas de sus productos y generar ganancias para sus accionistas, no proteger la salud de la población”.

El Dr. Marcos Arana del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán y miembro de la organización International Baby Food Action Network (IBFAN) declaró “La industria, con el aval del gobierno ha desarrollado una estrategia para hacer creer a las madres que los productos de seguimiento y crecimiento de la industria son necesarios, pero no lo son. La promoción de las fórmulas de seguimiento desplaza el amamantamiento cuando inicia la alimentación complementaria; la industria ha creado una necesidad artificial. Las mejores prácticas alimentarias complementarias son alimentos sanos y nutritivos parte de la dieta familiar y, deseablemente, lactancia prolongada hasta los dos años o hasta que la madre lo desee.”

Finalmente, las organizaciones recalcaron que el cumplimiento del Código es particularmente importante en el sector salud pues las violaciones distorsionan el juicio de médicos y enfermeras, quienes tienen más influencia en las decisiones de las madres sobre la alimentación de sus hijos y las confunden generando lealtad a la marca.

#### **Contacto Prensa:**

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686;

Diana Turner cel. 55-8580-6525;

Denise Rojas cel. 55-1298-9928