



Noviembre 2024

Unas palabras sobre el comercial de Sancor Bebé 3

Durante la gestación, los nutrientes llegan al feto a través del cordón umbilical y luego del nacimiento, en un proceso continuo, a través de la lactancia. Si bien es un proceso que se instala naturalmente luego del nacimiento, en el ser humano está enmarcado y condicionado por las prácticas culturales y también por diferentes dimensiones humanas que lo complejizan.

La decisión informada de amamantar es clave. Resulta fundamental comunicar a las gestantes y nuevas madres acerca de los beneficios, no sólo para su hijo o hija sino *también para ella*. Amamantar facilita el descenso de peso corporal postparto. La amenorrea que acompaña el proceso contribuye a prolongar el período intergenésico. La lactancia protege contra el cáncer de mama y ovarios. La autonomía para decidir amamantar o no hacerlo es válida mientras sea una *decisión informada*, no sólo en cuanto a los beneficios que se obtienen de la lactancia sino también del perjuicio de no transitarla.

La lactancia *no* es responsabilidad exclusiva de las mujeres. El sostén de la lactancia es posible en corresponsabilidad con la familia, con la sociedad y con los gobiernos que con las políticas impulsan mecanismos para su protección, con enfoque social-colectivo que incluye intervenciones en todos los niveles y en diferentes entornos.

El Código Internacional de Sucedáneos de la Leche Humana establece mecanismos protectores de este proceso. La decisión de cómo las niñas y los niños pequeños serán alimentados es de importancia vital, para las familias y para la sociedad. En este sentido, el Código establece que las fórmulas comerciales deben ser prescriptas en el ámbito de la consulta para las decisiones informadas. Establece que los sucedáneos no deben ser de venta libre en las góndolas de los comercios ni objeto de publicidad. Esto incluye a los biberones. Este comercial viola dicho código.

La Organización Mundial de la Salud recomienda la alimentación con lactancia exclusiva hasta los seis meses postnatales y luego lactancia continuada hasta los dos años con alimentación complementaria saludable. Cuando una familia que come sano y variado, el gasto destinado a fórmulas comerciales es redundante e impacta en la economía de los hogares. No hace falta una fórmula láctea especial después del año de vida, ni para la etapa de destete. La dieta saludable con aportes nutricionales proporcionales a las necesidades según la edad es uno de los principales aspectos de la entrevista pediátrica en el ámbito del consultorio. El comercial usa la música de una canción infantil “¿Qué tendrá la sopa del bebé?” que justamente, en su letra original, ilustra sobre la variabilidad de ingredientes de la dieta infantil.



El marketing al patologizar las conductas humanas normales luego del nacimiento (transición de los períodos de sueño, llanto durante la adaptación al medio extrauterino), al contraponer lactancia y crianza, con el desarrollo personal de las mujeres, al promover la exaltación de los cuerpos hegemónicos, al llamar “reformuladas” a las madres promocionando una actividad sin límites ni condicionamientos, solo aporta confusión a la hora de tomar una decisión tan trascendental como la alimentación de los bebés y niños pequeños.

Se necesita un convenio marco que ponga en el centro los derechos de las niñas, los niños y las mujeres para proteger a las familias y las comunidades del marketing comercial de productos alimenticios para niños menores de tres años, lo que restringiría la publicidad engañosa, pero no la venta de estos productos. Sigamos trabajando por una infancia y adolescencia sana, en un mundo mejor.

Comisión Directiva Sociedad Argentina de Pediatría

Bibliografía

- Chowdhury R, Sinha B, Sankar M, et al. Breastfeeding and maternal health outcomes: A systematic review and meta-analysis. *Acta Paediatr* 2015; 104(467): 96-113.
- Koletzko B, Rodríguez Palmero M, Demmelmair H, et al. Physiological aspects of human milk lipids. *Early Hum Dev* 2001; 65 Suppl: S3-S18.
- Lopez Olmedo N, Hernández-Cordero S, Neufeld L, et al. The association of maternal weight change with breastfeeding, diet and physical activity during the postpartum period. *Matern Child Health J* 2016; 20(2): 270-280.
- Oerez Escamilla R, Tomori C, Hernandez Cordero S, et al. Lactancia materna: crucialmente importante, pero cada vez más difícil en un mundo impulsado por el mercado comercial. *Lancet* 2023; 401(10375):472-485.
- Rollins N, Piwoz E, Baker P, et al. Marketing de fórmulas comerciales infantiles: un sistema para capturar a las madres y padres, las comunidades, la ciencia y las políticas. *Lancet* 2023; 401(10375):486-502.