

Fuente: El Mundo

Fecha: 17 de febrero de 2009

Título: Lactancia frente al negocio del biberón

Link: <http://www.newsfood.com/?location=Spagnolo&item=56086>

Los profesionales médicos recomendaron el uso de la leche artificial durante años

Lactancia frente al negocio del biberón

En los años 70 las madres que daban el pecho eran menos del 30%

© ELMUNDO.es - Pubblicata il 17.02.09

En 1981 se aprobó el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna.

No es la panacea, pero sus múltiples efectos beneficiosos sobre la salud del niño y de la madre convierten a la leche materna en algo excepcional. Es el mejor alimento posible para el bebé y un elemento crucial a la hora de prevenir enfermedades y mejorar la supervivencia de los recién nacidos, especialmente en los países en desarrollo.

La naturaleza nos ha dado numerosas pruebas de que es sabia. Nosotros, los seres humanos, somos mamíferos y las dos características principales que nos definen como tales son la capacidad de engendrar crías vivas y la de **alimentarlas con la leche de las glándulas mamarias**, de donde deriva precisamente el término.

La lactancia natural no es un capricho sino que cumple un papel decisivo en los primeros años de vida ya que es la **fuente ideal de nutrientes** y contiene numerosas sustancias que protegen al recién nacido frente a múltiples infecciones.

Cambio de paradigma

Por diversos motivos, las madres poco a poco dejaron de alimentar a sus vástagos. Primero fueron las amas de cría, mujeres que trabajaban dando de mamar a los recién nacidos, las que ocuparon el puesto, pero más tarde, con el progreso de la ciencia y la tecnología, la lactancia científica ocupó el papel protagonista.

Desde que Henri Nestlé inventó en 1860 la primera fórmula artificial para alimentar a los bebés, basada en leche de vaca y cereales, pronto quedó claro que se trataba de un **sector industrial muy rentable**. Los costes de producción son bajos y el mercado no se agotará porque siempre nacerán niños.

La nueva conciencia científica del mundo occidental, que tendía a creer con fe ciega que cualquier cosa salida de un laboratorio era de una calidad superior a lo natural, contribuyó a que muchos, incluso los profesionales sanitarios, depositaran la tarea de alimentar a sus hijos en manos de 'la fórmula'.

Publicidad agresiva

Desde principios del siglo XX y en especial a partir de la II Guerra Mundial, los sustitutos de la leche materna ganaron terreno y muchas madres renunciaron a amamantar a sus hijos, hasta el punto de que en la década de los 70 en Estados Unidos, el porcentaje de niños alimentados mediante lactancia natural era inferior al 30%.

El motivo principal es que los productos sustitutivos llegaron al mercado como la "**alternativa que salva vidas**". Los médicos comenzaron a recomendarla, en parte porque creían, erróneamente, que sus propiedades nutritivas eran similares a las de la leche materna, pero también por la presión de estas compañías.

Las empresas llegaban a los hogares a través de la **propaganda masiva**, basada frecuentemente en la desinformación o en la ocultación de datos relevantes, lanzada a través de los medios de comunicación. Las empresas editaron y distribuyeron libro que informaban, a menudo de forma errónea, sobre la lactancia y que se vendían acompañados de muestras o cupones de descuento para adquirir la fórmula.

Pero también lograron llegar a las madres de forma directa, a través de los médicos y enfermeras. Con frecuencia, tras el parto, las mujeres recibían de manos de sus pediatras muestras gratuitas de estos productos de forma que el mensaje que les llegaba era que el especialista les recomendaba esa opción como la mejor.

Para sustentar esta red de intermediarios, el sector realizó suculentas donaciones, compró caros equipos para

los hospitales, patrocinó simposios sobre salud infantil, organizó conferencias, financió los gastos de los médicos y un largo etcétera que contribuyó a reforzar los vínculos entre la sanidad y la industria de la leche artificial.

Victoria popular frente a la industria

Ante las agresivas campañas de publicidad algunas entidades reaccionaron frente a la denominada 'cultura del biberón'. Primero fueron algunas mujeres de Chicago, que fundaron en 1956 **La Liga de la Leche**, hoy uno de los principales grupos de apoyo a la lactancia.

Más tarde, en 1974, la 27 Asamblea Mundial de la Salud (AMS) denunció la peligrosa situación que se vivía en muchos países, en especial los más pobres, y la vinculó con la promoción indiscriminada de estos productos. La AMS instó a los estados miembros a adoptar medidas para solucionar el problema.

Estos y otros esfuerzos se materializaron años después con la aprobación en 1981 del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna y una declaración sobre **protección y apoyo de la lactancia materna**, ambas por iniciativa de la Organización Mundial de la Salud y el Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

Grandes primas y beneficios

Desde la entrada en vigor de este código, que prohíbe expresamente hacer regalos a los profesionales de la salud o la publicidad de los productos, entre otras cosas, la industria ha cambiado su estrategia y ha invertido millones de dólares en asegurar acuerdos de distribución exclusivos para sus productos.

Además, dona un millón de dólares anuales a la Asociación Estadounidense de Pediatría y financió con tres la construcción de su sede central. En 1993, el Colegio de Ginecología y Obstetricia de EEUU recibió más de medio millón de dólares procedentes de dos de los grandes productores de sustitutos de la leche materna.

Estos esfuerzos por ampliar al máximo posible el mercado ponen de manifiesto los grandes intereses económicos presentes en el sector y las dificultades que entraña la tarea de defender de la lactancia materna.

CRISTINA DE MARTOS