حماية الرضاعة في ظل المدونة

25 عاماً على إصدار المدونة الدولية لقواعد تسويق بدائل لبن الأم

الأسبوع العالمي للرضاعة

1-7 أغسطس

WABA 2006

مقدمة

- سواء كنت أحد الوالدين، أو أحد العاملين الصحيين، أو أحد صانعي السياسات الصحية، وسواء كنت من مناصري الرضاعة الطبيعية، أو من المهتمين بصحة المجتمع، فإن لك دوراً هاماً في تعزيز الممارسات الجيدة لتغذية الرضع لأنها أساس الحياة الصحية، ولأنها تؤثر على حياة الرضع وصغار الأطفال وعلى صحة الإنسان لأمد طويل.
- بالتأكيد ستلاحظ أن الشركات المصنعة لأغذية الرضع وزجاجات وحلمات الإرضاع تروج وتعلن عن منتجاتها، وهذا يعد مخالفة مباشرة للمدونة الدولية لقواعد تسويق بدائل لبن الأم التي أقرتها جمعية الصحة العالمية عام 1981(والتي سنطلق عليها اختصاراً كلمة "المدونة"). إن تجاهل العمل بالمدونة يؤدي إلى خلق مصاعب جمة أمام دعم الرضاعة.
- تشكل المدونة وقرارات جمعية الصحة العالمية اللاحقة ذات العلاقة بتغذية الرضع الجوهر الأساسي للاستراتيجية العالمية لتغذية الرضع وصغار الأطفال التي أقرتها جمعية الصحة العالمية عام 2002.
- بالرغم من التزام الحكومات بتطبيق المدونة إلا أن الشركات الكبرى تمارس ضغوطاً قوية عليها حتى تتخلى عن هذا الالتزام، مما يقوض المبادرات المعنية بصحة وبقاء الرضع. لا يهتم سوى عدد قليل من الحكومات بتنظيم حملات توعية للتعريف بالمدونة، لذلك لا يشعر الناس بها، بل أن بعضهم لا يدري عنها شيئاً.
- في الحقيقة، أن المدونة مبسطة جداً ويمكن لأي فرد أن يعرف كيفية رصدها، ونحن نسعى أثناء الأسبوع العالمي للرضاعة في هذا العام أن نتخذ موقفاً موحداً للعمل على تطبيق المدونة، لأن ذلك سيفيد الأمهات والرضع والأسر ومقدمي الرعاية والعاملين الصحيين المعنيين بصحة الأطفال.

هذه النشرة تبرز النقاط التالية:

- أهمية المدونة
- القواعد لأساسية للمدونة
- أمثلة ناجحة على تطبيق ورصد المدونة
- أفكار للعمل

أهمية المدونة

إن الاعتماد على الرضاعة المقتصرة على الثدي لمدة 6 أشهر ثم تقديم التغذية التكميلية الملائمة والمأمونة مع الاستمرار في الإرضاع لمدة عامين أو أكثر هو أساس التغذية الصحية للرضع. إن جميع النساء تقريباً قادرات على الإرضاع إذا حصلن على الدعم والمساندة بحيث يمكنهن اكتساب الثقة والدراية بأساليب الإرضاع الصحيحة. يؤدي الترويج عن بدائل لبن الأم إلى إضعاف مهارات الإرضاع بسبب الحيل التسويقية وتقديم المعلومات التي تثير الارتباك لدى العاملين الصحيين والأمهات وأسرهن، وهنا تبرز أهمية تطبيق المدونة لأنها تمنع كل ذلك.

بفضل الجهود التي تقوم بها أنت ومن يساند الرضاعة، ستزداد تدريجياً معدلات الرضاعة. بالرغم من أن الكثير من الأمهات في العالم يمارسن الرضاعة المقتصرة على الثدي أثناء الشهور الستة الأولى من عمر الطفل، إلا أن هذه الممارسة المثالية لا تنتشر في كثير من المناطق حتى في تلك المناطق التي تزدهر فيها الرضاعة وتشكل جزءاً من الثقافة المحلية، وفي نفس الوقت تتدهور الرضاعة تدهوراً مخيفاً في المناطق التي تنتشر فيها التغذية الصناعية، فمازال هناك الكثير من الممارسات الخاطئة المنتشرة التي تؤدي إلى فشل الإرضاع أو قلة إدرار اللبن وزيادة تعرض الرضيع لخطر الإصابة بالعدوى مثل: التأخير في بدء الإرضاع بعد الولادة مباشرة، أو تحديد مواعيد وعدد مرات الإرضاع (أي عدم ممارسة الإرضاع عند الطلب)، أو التوقف المبكر عن الإرضاع قبل انقضاء عامين، أو التبكير بإعطاء الأغذية والمشروبات الأخرى قبل إتمام عمر 6 أشهر.

مازالت الممارسات التغذوية غير الملائمة تمثل الخطر الأكبر على صحة وبقاء الأطفال

إعلان أينوتشنتي المتعلق بتغذية الرضع وصغار الأطفال 2005

القواعد الأساسية للمدونة

تتألف المدونة من مجموعة من القواعد التي تحدد تسويق بدائل لبن الأم من أجل حماية:

- الرضع (سواء من يرضعون من الثدي أو يحصلون على تغذية صناعية)
- الأبوين أو أي شخص يعتني بالرضيع
- العاملين الصحيين

تنظم المدونة تسويق **جميع** بدائل لبن الأم (وليس فقط مستحضرات ألبان الرضع) وكذلك الأدوات المستخدمة في تغذية الرضع، وتشمل ما يلي:

- أي منتج يتم تسويقه لتغذية الرضيع، **سواء كان مناسباً أم لا**، أثناء الستة أشهر الأولى من عمره.
- أي منتج يتم تسويقه لتغذية الرضيع بعد الستة أشهر الأولى من عمره ويستبدل حصة غذاء الرضيع من لبن الأم في هذا العمر.
- زجاجة وحلمات الإرضاع (وتعتبر اللهاية حلمة صناعية).
- أعدت المدونة لتطبيقها على الصعيد الدولي:
- المدونة تنطبق على كل من الشركات والحكومات
- المدونة تمثل الحد الأدنى المقبول من المعايير التي يمكن لأي حكومة (أو شركة) أن تضيف إليها بما يعززها ويجعلها أكثر فعالية (دون أن تخل بها أو تضعفها).
- يتحتم على الشركات الالتزام بتنفيذ المدونة حتى في البلدان التي لم تتخذ حكوماتها إجراءات أو قوانين لتنفيذ المدونة
- تنفيذ المدونة يمكن القيام به من خلال القوانين أو الأنظمة الحكومية

ينطبق نطاق المدونة عملياً على:

- مستحضرات ألبان الرضع
- مستحضرات ألبان الرضع التي تستخدم في حالات خاصة
- ألبان المتابعة follow-on formula
- الشاي والمياه المعدنية
- والعصائر والسوائل والمشروبات الخاصة بالرضع
- الأغذية التكميلية إذا كانت بطاقة التعريف المثبتة عليها تشير إلى استخدامها قبل عمر 6 أشهر

إن المدونة قرار جماعي دولي صدر عن جمعية الصحة العالمية عام 1981 بهدف حماية الرضاعة، وعندما تصدق الدول الأعضاء على أي قرار لجمعية الصحة العالمية، فإن هذا يعني التزامها بتنفيذ القرار، وهذا ينطبق على المدونة مثلها مثل جميع تلك القرارات.

بعض الأمثلة على أساليب التسويق الضارة

1- التسويق لادعاءات عملية مثيرة للارتباك

من الطبيعي أن يتمنى الوالدان أن يتمتع أطفالهم بالصحة والذكاء، وتستغل شركة (أبوت-روس) هذه الرغبة لدى الوالدين في الترويج عن منتجها (سيميلاك) في المجلات الموجهة للآباء والأمهات على أن هذا المنتج هو "اللبن الذكي للرضع الأذكياء" وفي أعلى الإعلان هناك صورة لرضيع جميل بجوار الكمبيوتر، كما يوجد كوبون يقدم عينة مجانية إضافية. يحاول هذا الإعلان تشبيه هذا المنتج بلبن الأم ويدّعي أن إضافة الأحماض الدهنية تحسن الذكاء وقوة الإبصار، **مع أنه لا يوجد دليل علمي يؤيد هذه الادعاءات.**

تنص المدونة على أنه ينبغي أن تقتصر المعلومات التي يقدمها المنتجون والموزعون حول المنتجات على المسائل العلمية والواقعية، وينبغي لهذه المعلومات ألا تعني ضمناً أو تؤدي إلى الاعتقاد بأن التغذية بالزجاجة تكافئ أو تفوق الرضاعة الطبيعية.

من الصعب رفض الإعلام إذا اقتصر على تقديم المعلومات فقط.. لكن المبالغة والإلحاح في الدعاية والإعلان يجعلنا نتخيل أننا في حاجة ماسة للشيء الذي يعلن عنه بالرغم من عدم حاجتنا إليه سلفاً.

ريتشارد ليارد، أستاذ الاقتصاد، 2005.

البنود الأساسية في المدونة

- ينبغي عدم الإعلان أو الترويج عن بدائل لبن الأم (أي منتج يسوق أو يعرض ليحل محل لبن الأم) وزجاجات وحلمات الإرضاع.
- ممنوع تقديم العينات أو الإمدادات المجانية أو منخفضة التكلفة.
- ممنوع ترويج المنتجات في مرافق الرعاية الصحية أو من خلالها.
- يمنع موظفو التسويق من مقابلة الأمهات (ويشمل ذلك الموظفين الصحيين الذين توظفهم الشركات بأجر لتوعية وتعليم الأمهات).
- ممنوع تقديم الهدايا أو العينات الشخصية إلى العاملين الصحيين أو أسرهم.
- ينبغي أن تكتب بطاقات التعريف (المثبتة على المنتج) بلغة مفهومة وألا تحتوي على كلمات أو صور توحي بأفضلية الرضاعة الصناعية.
- المعلومات عن المنتجات المقدمة إلى العاملين الصحيين يجب أن تقتصر على المسائل العلمية والواقعية.
- تقع على الحكومات مسؤولية تقديم المعلومات الموضوعية والمتسقة حول تغذية الرضع وصغار الأطفال.
- جميع المعلومات حول تغذية الرضع الصناعية ينبغي أن تفسر بوضوح مزايا الرضاعة الطبيعية وتفوقها، وتحذر من التكاليف والمخاطر المصاحبة للتغذية الصناعية.
- ينبغي عدم الترويج عن المنتجات غير الملائمة للرضع، مثل الألبان المكثفة المحلاة.
- ينبغي أن تكون جميع المنتجات ذات نوعية عالية الجودة مع الأخذ في الحسبان الظروف المناخية وظروف التخزين في البلد الذي سيستخدم فيه هذا المنتج.
- ينبغي على المنتجين والموزعين الالتزام بالمدونة (وبجميع القرارات اللاحقة الصادرة عن جمعية الصحة العالمية) بصرف النظر عن موقف الحكومة من تنفيذ المدونة.

المصدر: المجموعة الأوروبية لمنظمة الصحة العالمية رقم 87، 2000، ص 150)

2- استغلال مكانة العاملين الصحيين

وظفت شركة (نستله) في الخمسينات ممرضات للترويج عن منتجاتها من أغذية الرضع الصناعية، وفي الثمانينات أعربت (نستله) عن اعتذارها على تلك الممارسة ووعدت علناً التزامها بالمدونة، لكنها عادت فيما بعد إلى نفس الممارسة، ففي الصين عام 2005استعانت (نستله) بأطباء للترويج عن منتجاتها للحوامل والمرضعات في أقسام التغذية بالأسواق والسوبر ماركت. يعد استخدام الموظفين الصحيين المؤهلين أحد الأساليب الماكرة للترويج عن المنتجات لأن الناس يصدقونهم ويتبعون نصائحهم.

تمنع المدونة موظفي الشركات من الاتصال بالحوامل.

3- إرباك وخداع المستهلكين

بعد إقرار المدونة عام 1981، اخترعت الشركات منتجات جديدة أسمتها ألبان المتابعة follow-on milks التي توصف للأطفال أكبر من عمر 6 شهور، وادعت الشركات أن ألبان المتابعة ليست بدائل للبن الأم (مع أن أي منتج يحل محل لبن الأم سواء جزئيا أو كليا يعتبر بديلا للبن الأم) وبذلك لا تخضع للقيود التي تفرضها المدونة على التسويق، وبادرت بالترويج عن ألبان المتابعة مما قوض وأضعف الرضاعة من الثدي. استخدمت الشركات أسماء تجارية وتصميمات وبطاقات تعريف لألبان المتابعة بحيث تكون مشابهة لتلك المستخدمة مع ألبان الرضع المعتادة عدا اختلافات ضئيلة وغير ملحوظة، وتقوم الشركات بالإعلان عن هذه المنتجات في التليفزيون والمجلات ومواقع الإنترنت، وقد أثبت استقصاء حديث أجري في المملكة المتحدة أن 60% من الآباء استخدموا ألبان الرضع الصناعية، عن طريق الخطأ، نتيجة لتأثرهم بإعلانات ألبان المتابعة.

تمنع المدونة الترويج لأي منتج يحل محل لبن الأم "سواء كان مناسباً أم غير مناسب".

4- الترويج لزجاجات وحلمات الإرضاع

زجاجات وحلمات الإرضاع تقوض الرضاعة من الثدي، فإذا استخدمت هذه الأدوات في الأيام والأسابيع الأولى من عمر الطفل، فإنها تمنع الرضيع من التقاط الثدي بشكل صحيح وتؤدي إلى مشاكل ثم فشل الرضاعة. تدعي شركة **أفنت** وغيرها أن منتجاتها تضاهي الرضاعة من الثدي باستخدام عبارات توحي بذلك مثل **"حلمات شبيهة بالشكل الطبيعي"** أو **"تضاهي ثدي الأم"**. هناك أسلوب تسويقي آخر تستخدمه الشركات لتوحي بضرورة استخدام منتجها للتحول من الرضاعة إلى التغذية بالزجاجة مثل عبارة **"من حلمة الثدي إلى الحلمة الصناعية بواسطة شيكو"**. هناك ملايين من الأطفال الأصحاء الذين يرضعون من الثدي ولم يستخدموا قط زجاجة الإرضاع، وحتى بعد الشهر السادس عندما ينبغي إدخال الأغذية التكميلية الخارجية (بجانب الاستمرار في الإرضاع من الثدي) من الأطعمة المحلية المغذية وشرب الماء المأمون فإن هذا يتم عن طريق كوب أو فنجان نظيف دون الحاجة لزجاجات أو حلمات الإرضاع.

تمنع المدونة الترويج عن زجاجات وحلمات الإرضاع.

5- الهدايا للمهنيين الصحيين

هذه الأسلوب التسويقي لا يلحظه عامة الناس غالباً لأنه يجري بعيداً عن أنظارهم، وبالتالي فهم لا يدركون أن النصيحة الطبية التي تقدم إليهم قد تنحاز لصالح الشركات لأنها تدعم المهنيين الصحيين. تستغل الشركات المهنيين الصحيين عن طريق تقديم الهدايا والتمويل والمنح، وقد أثبتت الأبحاث أن ذلك يؤثر على القرارات المهنية. تمنع المدونة تقديم الهدايا إلى العاملين الصحيين. في عام 2003، أصدرت الهند قانوناً يمنع الشركات المنتجة لأغذية الرضع من تقديم أي دعم مادي أو هدايا إلى المهنيين الصحيين.

إن نقص المعلومات والتدريب غير الكافي للمهنيين الصحيين وإهمالهم لحقوق المرأة وعدم مساندتهم للأمهات كل ذلك يساهم في سوء ممارسات الإرضاع. تؤدي التأثيرات السلبية للترويج عن المنتجات بين المهنيين الصحيين إلى ما هو أسوأ من ذلك لذا تستثمر الشركات أموالاً هائلة في الترويج عن منتجاتها بين المهنيين الصحيين لأنها وسيلة فعالة، فكلما أقدم أحد المهنيين الصحيين على وصف هذه المنتجات كلما زادت مكاسب الشركات، ومن المؤسف أنه كلما أقدمت إحدى الأمهات على استخدام هذه المنتجات كلما زادت خطورة تعرض طفلها للمرض أو الوفاة. إن المدونة تهدف إلى الحد من هذا الترويج المقنع بين المهنيين الصحيين.

بعض النقاط الأساسية في قرارات جمعية الصحة العالمية المتعلقة بتغذية الرضع وصغار الأطفال 1984 -2005

خلال 25 سنة الماضية، أقرت جمعية الصحة العالمية 11 قراراً يتعلق بتغذية الرضع وجميعها تعزز المدونة وتركز على التحديات الجديدة، وتشتمل هذه القرارات على النقاط التالية:

- **ألبان المتابعة follow-on formula غير ضرورية.**
- **منع تقديم الإمدادات المجانية والمدعومة من بدائل لبن الأم في أي قسم من نظام الرعاية الصحية.**
- **ينبغي على الحكومات التأكد من أن الدعم المادي وسائر الحوافز المقدمة للمهنيين الصحيين لا ينجم عنها تضارب في المصالح.**
- **ينبغي على الحكومات التأكد من المراقبة المستقلة والواقعية للمدونة والقرارات اللاحقة.**
- **الفترة المثالية للرضاعة المقتصرة على الثدي هي 6 أشهر.**
- **ينبغي استقلال البحوث العملية المعنية بتغذية الرضع وفيروس الإيدز من الضغوط التجارية.**
- **ينبغي عدم تسويق الأغذية التكميلية بأساليب تقوض الرضاعة المقتصرة على الثدي أو الاستمرار في الإرضاع لمدة عامين أو أكثر.**
- **تجديد الالتزام السياسي للدول الأعضاء من خلال إقرار الاستراتيجية العالمية لتغذية الرضع وصغار الأطفال.**
- **إضافة معلومات على بطاقة التعريف المثبتة على المنتج حول احتمال تلوث مساحيق أغذية الرضع الصناعية.**
- **تنظيم الادعاءات العلمية المتعلقة بتغذية وصحة الرضع وصغار الأطفال.**

أمثلة ناجحة

البرازيل

تعد البرازيل إحدى الدول الرائدة في تطبيق مبادرات الرضاعة. لقد بدأ عالمياً التسويق الشرس لأغذية الرضع التجارية وزجاجات وحلمات الإرضاع في بداية القرن العشرين. وبحلول الثمانينات، أثار ارتفاع معدلات سوء التغذية والوفيات بين الرضع انتباه الحكومات وحثها على التصدي لذلك. قاد النشطاء من حركات دعم الرضاعة في البرازيل المسيرة وقاموا بإطلاع وتوعية السياسيين بأهمية الرضاعة، ونظموا حملات إعلامية كبيرة كما شكلوا جماعات ضغط. لقد أدرك مناصرو الرضاعة مبكراً أنه بدون التنفيذ الفعلي للمدونة لن يتحسن الوضع، ومن ثم صاغ قانونيون مهرة القانون البرازيلي بشكل واضح، وكانت الاستجابة له جيدة، ومع ذلك مازال القانون حتى الآن قيد المراجعة والتطوير للتصدي للأساليب التسويقية المستجدة التي تتحايل على بعض النقاط. في عام 2004، حاولت الشركات إضعاف القانون، ولكن بفضل سيل المعلومات الدقيقة والمستمرة من قبل الخبراء والنشطاء حافظ القانون على قوته ليحمي العائلات البرازيلية ومازالت معدلات الرضاعة من الثدي مستمرة في التحسن في البرازيل.

الهند

نجحت جماعات تشجيع الرضاعة وجماعات حماية المستهلكين في الهند في إقناع السياسيين بالمكاسب الصحية من صياغة المدونة على شكل قانون قوي، كما وظفوا جهودهم في مراقبة ورصد المدونة لفضح أساليب الشركات في التهرب والتحايل على المدونة. لقد أعطى القانون الهندي (عام 1993) الصلاحية لجماعات حماية المستهلكين في مراقبة ومقاضاة الشركات بشكل قانوني. ونتيجة لإصرار جماعات حماية المستهلكين على متابعة المسار القضائي نجحت في كسب هذه القضايا. على سبيل المثال، توقفت شركة (جونسون أند جونسون) في عام 1990عن الحملات الدعائية لزجاجات وحلمات الإرضاع، وسحبت هذه الإعلانات من الأسواق.

تنزانيا

نجحت تنزانيا في إلزام شركة (نستله) - أكبر شركة في العالم لإنتاج أغذية الرضع- باتباع قواعد تسويقية محددة بينما فشلت في ذلك أكبر وأغنى البلدان؛ ففي عام 2005، منعت السلطات التنزانية للأغذية والأدوية استيراد علب مستحضرات اللبن من شركة نستله التي تحمل شعارها الشهير "العصافير في العش" وكذلك شعار "الدب الأزرق" على علب الحبوب "سيريلاك". كلا البطاقتين التعريفيتين على هذين المنتجين توحيان بتفضيل التغذية الصناعية. وبالفعل غيرت شركة نستله بطاقتيها التعريفيتين. إن تنزانيا تطبق المدونة على شكل قانون ولديها الإرادة السياسية القوية لتحمي قرارات تغذية الرضع من الضغوط التسويقية.

جورجيا

بعد تفكك الاتحاد السوفيتي السابق في نهاية القرن العشرين، تعرضت بلدان أوروبا الوسطى والشرقية لسيل منهمر من الأنشطة الترويجية للشركات الكبرى؛ فمثلا وزعت شركة (نستله) على مرافق رعاية الأمومة في أرمينيا ملابس أطفال بالمجان مطبوع عليها "***أنا أحب أمي نستله***"؛ وتصديا لهذه الأنشطة الترويجية تعاون المنسق الوطني للرضاعة في وزارة الصحة الجورجية مع إحدى المنظمات غير الحكومية على تفعيل المدونة من خلال قانون قوي، وهما الآن يتواصلان مع سائر الوزارات المعنية لتشكيل مجلس إشرافي يتابع تنفيذ المدونة، ويقع على عاتق المنظمة غير الحكومية مسؤولية مراقبة تطبيق المدونة وتبليغ المجلس بالمخالفات.

جاءت هذه الأمثلة الناجحة من بلدان مختلفة واجهت تحديات متشابهة تمثلت في قيام الشركات بممارسة ضغوط على الحكومات وإنفاق أموال طائلة على التسويق تفوق الميزانيات المخصصة للخدمات الصحية في تلك البلدان.

الإصرار على التنفيذ

في عام 1990، أقرت 9 حكومات فقط المدونة الدولية على شكل قانون، ثم بحلول عام 2006، أدرجت 70 حكومة جميع بنود المدونة -أو أغلبها- ضمن القوانين المعمول بها. لعبت المنظمات غير الحكومية والمؤسسات المجتمعية مثل الشبكة الدولية لتغذية الرضع (إيبفان) دوراً رائداً في مراقبة المدونة

تقييم إيبفان لتطبيق المدونة في 193 بلداً

32 بلداً: تطبق المدونة كقانون

44 بلداً: تطبق العديد من مواد المدونة في القانون

18 بلداً: تطبق المدونة كإجراء طوعي أو سياسي

25 بلداً: تطبق القليل من مواد المدونة في القانون

21 بلداً: تطبق بعض المواد والدلائل الإرشادية طوعياً في المرافق الصحية

22 بلداً: أعدت مسودة الإجراءات وتنتظر الموافقة النهائية عليها

17 بلداً: تحت الدراسة

9 بلاد: لا توجد إجراءات

5 بلاد: لا توجد معلومات

الحماية التي توفرها المدونة للطفل الذي لم يرضع من الثدي

لكل طفل الحق في الحصول على أعلى مستوى من الصحة، وحيث أن التغذية الصناعية تعد خطراً على صحة الطفل، فإن القرارات المتعلقة بطرق تغذية الأطفال ينبغي أن تكون علمية وموضوعية ولا تشوبها المصالح التجارية. سيظل هناك بعض الحاجة إلى التغذية الصناعية حتى في المجتمعات التي تحصل فيها كل أم على الدعم اللازم من أجل الإرضاع الطبيعي؛ فهناك الأيتام والرضع المتخلى عنهم والمنبوذون أو الرضع لأمهات يعانين من أمراض خطيرة، كما توجد أمهات مصابات بعدوى فيروس الإيدز قررن عدم الإرضاع، ويوجد أيضاً حالات استثنائية من الرضع المولودين باضطراب استقلابي نادر ولا يستطيعون الرضاعة؛ هنا تكون بدائل لبن الأم ضرورية لهذه الفئات؛ لذلك ينبغي أن يخضع توزيع هذه البدائل للتنظيم الجيد ومراقبة نوعيتها باستخدام أعلى المعايير الممكنة. قد تكون المنتجات الحالية في الأسواق خطيرة، فمن المعروف أن مساحيق ألبان الرضع التجارية قد تحتوي على بكتريا خطيرة داخل العلب غير المفتوحة تهدد حياة الرضع، مثل الأمعائية الساكازاكية Enterobacter sakazakii، ونتيجة ذلك حدثت وفيات بين الرضع حتى في من يحظى منهم بأفضل رعاية ممكنة، ولذلك توصى الولايات المتحدة بعدم استخدام مساحيق ألبان الرضع في وحدات رعاية حديثي الولادة.

تحمي المدونة الرضع الذين يتغذون على الألبان الصناعية عن طريق مراقبة جودة هذه المنتجات، وتقديم المعلومات العلمية والواقعية الدقيقة، وإضافة التحذير من مخاطر التغذية الصناعية على بطاقات التعريف على عبوات هذه المنتجات.

المدونة والإيدز والعدوى بفيروسه

تنقل حوالي 5- 20% من الأمهات المصابات بفيروس الإيدز العدوى إلى أطفالهن عن طريق الإرضاع من الثدي. يقل خطر انتقال الفيروس إذا اقتصرت الأم على الإرضاع من الثدي وحده. الابتعاد عن الرضاعة من الثدي يحد من خطر انتقال فيروس الإيدز، لكن انتشار الفقر المدقع في الأماكن التي ترتفع فيها معدلات الإصابة بفيروس الإيدز تجعل الوفيات الناجمة عن التغذية الصناعية أكثر خطورة من الإصابة بفيروس الإيدز. من حق الأم المصابة بفيروس الإيدز اتخاذ قرار الإرضاع أو عدم الإرضاع من الثدي استنادا إلى العلم والمعرفة، وتحتاج الأم إلى الدعم المعنوي والمعلومات الصحيحة والمبسطة والمفهومة.

تنص الدلائل الإرشادية للأمم المتحدة على ما يلي:

"عندما تكون التغذية البديلة مقبولة ومناسبة وميسورة التكلفة ومستمرة وآمنة، فإنه يوصى بالابتعاد عن الإرضاع من الثدي. فيما عدا ذلك فإنه يوصى بالإرضاع المقتصر على الثدي وحده خلال الستة أشهر الأولى من عمر الطفل."

تركز الدلائل الإرشادية للأمم المتحدة المعنية بفيروس الإيدز وتغذية الرضع على إبراز أهمية المدونة بالنسبة لجائحة الإيدز والعدوى بفيروسه. إن التسرع وتوجيه الأمهات المصابات بفيروس الإيدز إلى استخدام التغذية الصناعية بدون توخي الدلائل الإرشادية للأمم المتحدة يبعث برسالة خاطئة إلى المجتمع مفادها أن العاملين الصحيين يساندون التغذية الصناعية وأنها لا تنطوي على أي خطر، ويسمى هذا التأثير بـ "الانتشار نتيجة فرط الاستخدام". إذا نفذت المدونة بالكامل ومنعت الرسائل الترويجية التي تثير البلبلة فسيمنع هذا تأثير "الانتشار"، مما يسهل على الموظفين الصحيين وغيرهم توصيل المعلومات الصحيحة ودعم القرارات المعنية بتغذية الرضع في سياق الإيدز والعدوى بفيروسه.

"حان الوقت لكي يقوم القادة والمجتمع المدني بدورهم في حماية الأمهات والأطفال في أفريقيا وفي العالم كله من وسائل التسويق الجائرة التي تنتهجها الشركات العالمية؛ إن تطبيق المدونة هدف نبيل من أجل مستقبل أفضل."

فليسيتي تشيبندات، أخصائية التغذية، يونيسيف تنزانيا، 2006

إذكاء الوعي بالمدونة

يعرف الوفود في جمعية الصحة العالمية أن المواطنين المعنيين هم أساس التقدم، وأننا جميعاً نستطيع أن نحدث تطوراً كبيراً في صحة المجتمع من خلال إذكاء الوعي بالمدونة. ولنتذكر أن:

- إذكاء الوعي بالمدونة يهدف إلى عدم خلق مشاكل جديدة ولكن يهدف إلى حل المشاكل الموجودة، فمع أن الشركات تنتهك المدونة عمداً، إلا أن الكثير من الناس يفعلون المثل لأنهم لا يعرفون شيئاً عن المدونة، ومن غير المجدي معاداتهم إذا كانوا يخرقون المدونة، إنهم في حاجة إلى التوعية وليس النقد.
- لا يريد أحد أن يتعرض أي رضيع للموت أو تتعرض أي أم للمعاناة، وعندما يدرك الناس ويفهمون الأضرار التي تنجم عن ترويج بدائل لبن الأم، فسيحاولون بكل الوسائل الممكنة تغيير الممارسات الخاطئة.
- شارك الآخرين معلوماتك حول المدونة لتصحيح الممارسات الخاطئة؛ ولتشعر بالفخر والسعادة إذا استعار الناس أفكارك وطبقوها.
- احرص على العمل من خلال الجماعة، فهذا سيشعركم بالقوة ويزيد من فاعلية ما تقومون به.
- كن مبدعاً ولتفكر في أعمال مبتكرة تلائم البيئة المحلية.

أفكار عملية لتعزيز المدونة

التثقيف الذاتي وتثقيف الآخرين

- نظم دورات تدريبية عن المدونة مع الزملاء والمهتمين؛ تواصل مع إيبفان، أو اليونيسف، أو منظمة الصحة العالمية سواء على الصعيد المحلي أو الدولي واطلب منهم المواد والمعلومات والنصيحة. (انظر ص 6 قائمة العناوين).
- اطلب نسخاً من الوثائق المجانية لليونيسف ومنظمة الصحة العالمية.
- نظم دورات تدريبية لزيادة الوعي بالمدونة في المرافق الصحية في منطقتك، لأن العاملين فيها يحتاجون إلى التعرف على المدونة للحفاظ على فعالية مبادرة المستشفيات المصادقة للرضع.

المراقبة والرصد

- تدرب على مراقبة قواعد التسويق التي تنص عليها المدونة في البيئة المحيطة بك مثل المحلات والدكاكين والصيدليات، والمجلات والمطبوعات الأخرى، ومواقع الإنترنت، والتلفاز، والراديو، والمرافق الصحية المحلية سواء الحكومية أو الخاصة.
- أعد تقريراً مبسطاً عن نتائج المراقبة مزوداً بالأرقام والحقائق والدلائل المصورة عن انتهاكات المدونة، واحرص على السرية في جميع الأحوال.
- شجع الطلبة لاسيما طلبة الكليات الطبية والصحية على مراقبة المدونة والموضوعات ذات العلاقة من خلال مشاريعهم البحثية، ادعمهم بالمعلومات وعناوين الجهات المعنية.

التواصل والدعاية

- تواصل مع الإداريين، والمستهلكين، وجماعات حقوق الإنسان، والمهنيين الصحيين، وجماعات دعم الرضاعة الطبيعية لتكوين لجنة لمراقبة المدونة (من الممكن أن تكون محلية أو إقليمية) ويمكن تشكيل اللجنة كفريق عمل ضمن لجنة الرضاعة الطبيعية القائمة.
- أعد عرضاً مبسطاً مزوداً بأمثلة عن المخالفات الشائعة للمدونة لإبراز كيف تؤثر هذه المخالفات سلباً على الإرضاع من الثدي.
- أعد مقالاً صحفياً مبسطاً لعرضه في وسائل الإعلام المحلية واختر متحدثاً فصيحاً للتعامل مع الصحفيين.
- اعرض على منتجي وصانعي الأفلام المحليين مواضيع تحفزهم على إنتاج فيديو أو فيلم أو فيلم على قرص مكتنز يمكن الاستفادة منه في تثقيف الآباء والأمهات والمهنيين الصحيين؛ يتشوق طلبة معاهد السينما إلى صناعة أفلام مشابهة بأجور قليلة لإثبات جدارتهم واكتساب الخبرة.

"لا تشك يوماً في أن جماعة صغيرة من المخلصين والملتزمين قادرة على أن تغير العالم بأسره.. فهذه هي الحقيقة الثابتة التي تتكرر على مدار الأيام.." *مارجريت ميد، عالمة أنثربولوجيا*

المصادر العلمية

1. International Code and subsequent related resolutions: www.unicef.org/nutrition; www.who.int/nutrition; For quick access: www.ibfan.org/site2005/Pages/article.php?art_id=52&iui
2. WHO/UNICEF Global Strategy for Infant and Young Child Feeding, 2002 World Health Organization: www.who.int/gb/EB_WHA/PDF/WHA55/EA5515.pdf
3. The Lancet, Child Survival series, incl. "How many deaths can we prevent this year?" Jones G et al and the Bellagio Child Survival Group. Lancet 2003; 362:65-71; and: "WHO estimates of the causes of death in children" Bryce J et al and the WHO Child Health Epidemiology Reference Group. Lancet 2005; 365: 1147-52.
4. Violations of the the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, Taylor A.: BMJ, 11 April 1998:316:1117-1122.
5. Breaking the Rules, Stretching the Rules 2004; IBFAN-ICDC Penang.
6. State of the Code by Country 2006 and State of the Code by Company 2004; IBFAN-ICDC Penang 2004.
7. Breastfeeding and the use of human milk, American Academy of Pediatrics. Pediatrics 2005; 115: 496-506.
8. Legal loophole allows 'banned' advertising, UNICEF UK, 19September 2005 http://www.unicef.org.uk/press/news_detail.asp?news_id=527
9. Articles about conflict of interest:
   -Dana J and Loewenstein G. A social science perspective on gifts to physicians from industry. JAMA 2003; 290: 252-255.
   -Brennan TA et al. Health industry practices that create conflicts of interest. JAMA 2006, 295:429-433.
   -www.nofreelunch.org
10. Political will and the promotion of breastfeeding, Palmer G and Costello A. Ind J Ped. 2003; 40:701-3
11. FAO/WHO Expert Meeting on Enterobacter sakazakii and Salmonella in Powdered Infant Formula, May 2005
12. WHO, UNICEF, UNFPA,UNAIDS, HIV and infant feeding: Guidelines for decision-makers, 2003. WHO, UNICEF, UNFPA, UNAIDS, World Bank, UNHCR, WFP, FAO, IAEA, HIV and infant feeding: Framework for priority action. Geneva, 2003.
13. Look What They're Doing! Marketing Trends: an IBFAN summary by theme, IBFAN-ICDC 2001, five pamphlets.
14. Standard IBFAN Monitoring (SIM) manual and forms. How to monitor compliance with the International Code, IBFAN-ICDC, 2004
15. Complying with the Code? How the Code applies to manufacturers and distributors of infant foods. IBFAN 1998.
16. The Code Handbook, 2nd edition. A Guide to Implementing the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, IBFANICDC, 2005 (295 pages)
17. The Code in Cartoons, IBFAN-ICDC, Penang, May 2006.

نحن لا نقبل أي دعم بأي شكل من الأشكال من شركات ألبان الرضع وأغذية الأطفال التكميلية وزجاجات وحلمات الإرضاع ومستلزمات تغذية الرضع، ونأمل من جميع المدافعين عن الرضاعة والمؤيدين لها الالتزام بهذا المبدأ الأخلاقي.

WABA

قام بترجمة النشرة إلى العربية:

د/ جيهان أحمد محمد فرج

د/ محمد مصطفى مروان

من مجموعة إيبفان بالعالم العربي.

وقد تأسست مجموعة إيبفان بالعالم العربي في عام 2003 بدعم من مجموعة إيبفان بجنيف (سويسرا) في أعقاب الاجتماع الإقليمي الأول والذي عقد في القاهرة وحضره ممثلون عن المنظمات والهيئات الحكومية وغير الحكومية ومجموعات العمل من 11 بلداً عربياً. وتهدف مجموعة إيبفان إلى توفير بيئة داعمة للأمهات والأسر تتيح أمامهم اتخاذ القرارات الصحيحة المتعلقة بتغذية الرضع وصغار الأطفال استناداً إلى المعرفة وبعيداً عن الضغوط التجارية.

مجموعة إيبفان بالعالم العربي

لمزيد من المعلومات يمكن الاتصال على:

د. محمد مروان - منسق مجموعة إيبفان بالعالم العربي

ص ب 7525- مدينة نصر 11471- القاهرة - مصر

هاتف وفاكس: 2879073—202 +

marwan@ibfan-arabworld.org

قام بطباعتها المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية لشرق المتوسط