

25 عاماً على ظهور المدونة

أقرت الدورة الرابعة والثلاثون لجمعية الصحة العالمية المدونة الدولية لتسويق بدائل لبن الأم في 21 مايو/أيار 1981 والتي مر عليها اليوم أكثر من 25 عاماً، وبالرغم من أهمية المدونة في حماية الرضاعة من الأساليب التسويقية إلا أن المشاكل التي تعترض تنفيذ المدونة ظهرت منذ صدورها:

- لم تضع جميع الحكومات المدونة الدولية في موضع التنفيذ من خلال التشريعات والقوانين والإجراءات المناسبة (المادة 1-11). حتى شهر أغسطس/أب 2005، لم تصدر 61 دولة من مجموع 192 دولة قانوناً منبثقاً عن المدونة، وفي حين اتخذت العديد من البلدان الأخرى إجراءات تتعلق بالمدونة إلا أنها لم تراعى جميع البنود المنصوص عليها في المدونة.¹ ففي معظم بلدان الاتحاد الأوروبي على سبيل المثال، اعتمدت القوانين الوطنية على التعليمات والتوجيهات الرسمية لعام 1991² (حيث كان عمر المدونة آنذاك 10 سنوات)، وهي لا تنطبق على زجاجات الإرضاع والحلمات الصناعية والعديد من بدائل لبن الأم (مثل شاي الأطفال، والعصائر، وألبان المتابعة، وألبان كبار الرضع وصغار الأطفال). أصبحت على الصعيد العالمي جميع بنود المدونة سارية المفعول في 34 بلداً من مجموع 192 بلداً حتى الآن.
- وضعت حكومات قليلة أنظمة دورية لرصد تطبيق المدونة (المادة 11-2). ينطبق نفس القول على المنتجين والموزعين الذين لا يزجون أنفسهم برصد الممارسات التسويقية واتخاذ الخطوات الملائمة لتصحيحها (المادة 11-3). وعندما يتظاهرون بذلك، فإنهم يستخدمون تفسيراتهم الشخصية للمدونة كتبرير لأساليبهم الخاطئة، فيزعمون مثلاً أن المدونة تقتصر على الألبان الصناعية للرضع أو على الدول النامية فقط. ومن الواضح أن هذه المبررات تهدف إلى حماية مكاسبهم أكثر من حماية الرضاعة.
- هناك تجاهل لدور المنظمات غير الحكومية والجماعات المهنية والمعاهد والأفراد الذين يرصدون الالتزام بالمدونة ويثيرون انتباه الحكومات والشركات والموزعين إلى الانتهاكات التي تحدث (المادة 11-4).

بسبب ذلك لم ترق حماية الرضاعة إلى المستوى المأمول. مازال المنتجون والموزعون في بعض البلدان يسوقون منتجاتهم عبر الاتصال المباشر بالأمهات، وفي بلدان أخرى يعودون إلى الممارسات القديمة مثل تقديم العينات وإمدادات الألبان الصناعية المجانية إلى مستشفيات الولادة. كما يستخدمون جميع أنواع الترويج في وسائل الإعلام المختلفة، ويبتكرون تقنيات تسويقية جديدة مثل مننديات ومواقع الإنترنت المعنية بتغذية الرضع للترويج عن منتجاتهم والأصناف الخاصة بهم.³ تؤكد البحوث المستقلة المنشورة في المجالات الطبية البارزة حدوث انتهاكات منظمة للمدونة في البلدان المختلفة.^{4,5} كما تشير قرارات جمعية الصحة العالمية انتباه المجتمع الدولي إلى حقيقة عدم التزام الشركات بالمدونة وحاجة الحكومات إلى تحسين أدائها.

¹ The Code handbook: a guide to implementing the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes. IBFAN, Penang, 2005.

² European Commission. Directive 91/321/EEC. EEC, Brussels, 1991.

³ IBFAN. Breaking the rules, stretching the rules 2004. IBFAN, Penang, 2004.

⁴ Taylor A. Violations of the international code of marketing of breast milk substitutes: prevalence in four countries. BMJ 1998;316:1117-22

⁵ Aguayo VM, Ross JS, Kanon S, Ouedraogo AN. Monitoring compliance with the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes in West Africa: multisite cross sectional survey in Togo and Burkina Faso. BMJ 2003;326:127

بالرغم من كل هذه المشاكل، ينبغي القول بأن المدونة مازالت أداة قوية في يد المهتمين بحماية وتعزيز الرضاعة. على سبيل المثال، إذا تعرف جميع المهنيين الصحيين على المدونة وقرارات جمعية الصحة العالمية ذات الصلة، فسيمكنهم الرضا وقول كلمة (لا) عندما:

- يحاول مندوبو الشركات تقديم العينات المجانية، والمعدات، والهدايا، وغيرها (المادة 6)؛
- تحاول الشركات دعم ورعاية المؤتمرات الطبية والعملية والمشاركة فيها (قرار جمعية الصحة العالمية رقم 49-15 لعام 1996)؛
- تحاول الشركات تقديم الدعم المالي لإجراء البحوث العلمية (قرار جمعية الصحة العالمية رقم 58-32 لعام 2005).

إن الرضا الصريح لهذه الممارسات من شأنه أن يحرر قرارات المهنيين الصحيين المتعلقة بتغذية الرضا من الضغوط وتضارب المصالح، وهذا سيمنع احتمالات تفويض الرضاعة وأساليب التغذية المثالية للرضع وصغار الأطفال. إن هناك حاجة ملحة لبذل المزيد من الجهد من أجل نشر المعلومات الصحيحة بين المهنيين الصحيين.⁶ الجمهور أيضاً يكاد لا يعلم شيئاً عن المدونة ودورها في حماية الرضاعة وحقوق الطفل. لن يمكننا تحقيق تقدم حقيقي إلا عن طريق إعداد قوانين وأنظمة وطنية في جميع البلدان تركز على معايير المدونة الدولية كحد أدنى، ومن الواجب على منظمة الصحة العالمية واليونسيف ألا يرخيان قبضتهما في هذا الشأن بل يجب عليهما دعم الحكومات والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات والجمعيات المعنية لتلافي الثغرات وتعزيز الإجراءات الصحيحة المتخذة سلفاً.

هنا يطرح السؤال التالي نفسه: هل المدونة كافية للتصدي للتحديات الحالية والمستقبلية؟ والإجابة ستكون بنعم و لا في أن واحد. ستكون الإجابة نعم إذا فهم جوهر المدونة وطُبقت بشكل صحيح، فمثلاً ستساعد المدونة وقرارات جمعية الصحة العالمية ذات الصلة الحكومات على إجبار المنتجين والموزعين على الالتزام بمسؤولياتهم تجاه سلامة المستهلكين. من التحديات التي تسعى للتصدي لها إلزام المنتجين بوضع تحذيرات واضحة على بطاقات التعريف توضح أن ألبان الرضا الصناعية المجففة ليست منتجات معقمة، وأنها قد تكون ملوثة داخلياً بالأمعائيات الساکازاكية⁷ وجراثيم أخرى ذات خطورة محتملة، وأن يعلن المنتجون بوضوح في التعليمات أنه يتعين اتباع الطرق الصحيحة بصرامة أثناء إعداد وتحضير واستخدام وتخزين الأغذية الصناعية، لأن مثل هذه التحذيرات الواضحة ستؤكد على قيمة وأهمية لبن الأم وتؤدي إلى إدراك الآباء والأمهات بمخاطر التغذية بالرضاعة. يمكن الاستفادة من المدونة والقرارات ذات الصلة أيضاً في إعداد وتعزيز الإجراءات التي تمنع استخدام الادعاءات العلمية غير المؤكدة في تسويق بدائل لبن الأم، وهذا أسلوب تسويقي جديد ومؤثر استخدمه المنتجون والموزعون بشكل متكرر ومزعج برغم التصريح الواضح بمنع ذلك في قرار جمعية الصحة العالمية رقم 58-32 لعام 2005، إلا أن هذا المنع لم يتم تعزيزه في دستور الغذاء العالمي وقد تتسلل مثل هذه الادعاءات إلى الأنظمة الصحية الوطنية والإقليمية (في شكل توجيهات رسمية على سبيل المثال).

ويمكن أن تكون الإجابة على السؤال السابق (لا) أي أن المدونة غير كافية للتصدي للتحديات المستقبلية مع أنها تصون حق الرضا وصغار الأطفال في الرضاعة وهذه بداية جيدة لأنها غير كافية وحدها لأن تحميمهم من السمّة المتزايدة. ينبغي علينا تطوير المدونة للمحافظة على سبل التغذية المثالية لجميع مراحل عمر الأطفال حتى نواجه التحديات الجديدة التي طرأت على التغذية مثل الحاجة إلى حماية الأطفال من التسويق والإعلان عن الأغذية عديمة الفائدة مثل المشروبات الغازية والمحلاة، والحلوى، والأطعمة المملحة، والأطعمة الدهنية والمقلية، لأن من المعروف أن هذا التسويق يعد العامل الرئيسي وراء انتشار الوباء العالمي للسمّة بين الأطفال.⁸

من إصدار مجموعة إيبفان بالعالم العربي

⁶ Waterston T, Tumwine J. Monitoring the marketing of infant formula feeds. BMJ 2003;326:113-4

⁷ Gurtler JB, Kornacki JL, Beuchat LR. Enterobacter sakazakii: a coliform of increased concern to infant health. Int J Food Microbiol 2005;104:1-34

⁸ National Academy of Sciences Committee on Food Marketing and the Diets of Children and Youth. Food marketing to children and youth: threat or opportunity? National Academies Press, Washington DC, 2006.