

## MAP: MOVIMENTO AMAMENTAR EM PORTUGAL

O Movimento Amamentar em Portugal, é uma associação sem fins lucrativos que tem como objetivo a proteção, promoção e apoio da amamentação e aleitamento materno em todas as áreas da sociedade, agindo de acordo com os princípios da International Baby Food Action Network (IBFAN).

Além de coordenar esforços de proteção e incentivo à amamentação e ser um importante veículo de divulgação de informação fidedigna, o IBFAN atua também para sensibilizar as autoridades internacionais e nacionais quanto à implementação do Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno e das subsequentes resoluções.

O MAP identifica-se com esta missão e pretende trazer segurança, inovação e apoio nas suas ações e projetos, como o ASA - Ao Serviço da Amamentação.

Decide trazer esta iniciativa como uma das várias ações a implementar contra as violações ao Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno.



VEM SER ESCUDO  
CONNOSCO!



INICIATIVA DE ACORDO COM O  
CÓDIGO INTERNACIONAL  
DE MARKETING DE SUBSTITUTOS  
DO LEITE MATERNO OMS

MAP Movimento Amamentar em Portugal  
<https://movimentoamamentaremportugal.pt>  
©2025 MAP Movimento Amamentar Portugal



CONHECES ESTE  
SELO?



**Sabias que** em alguns países até 97% das mulheres indicaram ter sido alvo campanhas de marketing da indústria do leite artificial?

**E Sabias que** isso está associado a uma maior probabilidade de optarem por alimentação com leite artificial em vez de amamentarem?

**Sabias que** cerca de 70% do orçamento de marketing das empresas de substitutos do leite materno é aplicado no mundo digital?

**E Sabias que** são usados influenciadores digitais, apps, fóruns e até profissionais de saúde para publicidade aos substitutos do leite materno?

Inúmeros estudos mostram que a exposição à publicidade de substitutos do leite materno reduz o início, a exclusividade e a duração da amamentação. O marketing agressivo e predatório retira às famílias o direito a tomar decisões informadas. Como mãe podes já ter sentido isto na pele, como profissional certamente já presenciaste este cenário.

## O CÓDIGO INTERNACIONAL DE MARKETING DE SUBSTITUTOS DO LEITE MATERNO

O **Código Internacional de Marketing dos Substitutos do Leite Materno** surgiu em 1981 com o objetivo de regular práticas de marketing prejudiciais ao aleitamento materno.

Nas últimas décadas a Organização Mundial de Saúde e a UNICEF faziam notar a sua preocupação com o declínio das taxas de amamentação, do qual resultava o aumento dos casos de subnutrição e taxa de mortalidade infantil.

Estes cenários foram atribuídos às campanhas de marketing agressivo ao leite artificial características da época e tornou-se cada vez mais urgente que fossem de alguma forma contidas.

O Código define, por exemplo, regras para publicidade, rotulagem e promoção de substitutos do leite materno, o que inclui leite e bicos artificiais. Também restringe a publicidade direta ao público (na oferta de amostras, etc.), proíbe a oferta de incentivos a profissionais de saúde, entre outras recomendações fundamentais para que as famílias tenham acesso a informação isenta e científica. Incentiva ainda os governos a criar políticas para a implementação destas medidas.

**Sabias que**, apesar da sua clara importância para a saúde pública, nem todos os países transpuseram o **Código Internacional de Marketing dos Substitutos do Leite Materno** para a legislação nacional?

## ADESÃO AO CÓDIGO DE MARKETING DOS SUBSTITUTOS DO LEITE MATERNO

Aderir ao Código de Marketing dos Substitutos do leite materno é um dever de todos os profissionais que trabalhem com mães lactantes e bebés lactentes.

O marketing abusivo que a indústria dos leites artificiais fez e continua a fazer, levou a que as taxas de amamentação descessem a números impensáveis e contra a natureza humana, tendo impacto na saúde de mães, bebés e da sociedade em geral.

As empresas concorrem entre si e concorrem contra o leite materno, prometendo às famílias aquilo que não podem cumprir e aproveitando a vulnerabilidade das mães para fazerem o seu lucro.

O mesmo podemos dizer sobre biberões, tetinas e chuchas que prometem ser igual às mamas e mamilos e imitar a amamentação. Apenas marketing enganoso, sem qualquer sustentação.

## PORQUÊ CRIAR UM SELO DE GARANTIA?

O objetivo da sua utilização é:

- 1 Estabelecer uma identidade sólida, facilmente reconhecível;
- 2 Informar o cliente, da forma mais eficaz e universal possível, da adesão ao Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno;
- 3 Sensibilizar os utentes para a importância da sua aplicação.

Objetivo do Código - Artigo 1: "O objetivo deste Código é contribuir para a provisão de uma nutrição segura e adequada, às crianças, através da proteção e promoção da amamentação, garantindo uma utilização apropriada de substitutos do leite materno quando necessários, com base em informação e circuitos de marketing e distribuição corretos." *(do Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno OMS)*

Por vezes, muito menos do que acontece na realidade, o leite artificial pode ser necessário.

**Aderir ao código não é ser contra o leite artificial, biberões ou tetinas.**

**É não aceitar a manipulação que é feita às famílias.**

**É recusar ser veículo de desinformação.**

**É ser promotor da saúde individual, da saúde pública e da saúde do planeta.**

**É ser o escudo que está entre as mães e a indústria mais predatória de sempre.**