



PERÚ

Ministerio
de Salud

Oficina General
de Comunicaciones

DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ
"Año de la Unión Nacional Frente a la Crisis Externa"

PLAN DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA LACTANCIA MATERNA 2009

LEMA:

**“Amamantar a tu bebé, es tu mejor
decisión”**

I. ANTECEDENTES

Bajo el lema de la campaña mundial por la **“Lactancia Materna: Una respuesta vital en emergencias”** nuestro país llevará cabo una serie de actividades a nivel local, regional y nacional enmarcadas en la celebración de la Semana Nacional de la Lactancia Materna.

El espíritu de esta campaña es hacer un llamado a tod@s para reforzar la motivación con el suministro de toda información sobre la lactancia materna en apoyo a las madres, para alcanzar la meta de oro de la alimentación infantil: amamantar a sus bebés exclusivamente durante los primeros seis meses de vida y continuar la lactancia materna mientras que se introducen alimentos complementarios, más allá de los dos años.

II. PRESENTACIÓN

Para el presente año 2009, la Alianza Mundial pro Lactancia Materna WABA (coalición mundial de personas y organizaciones dedicadas a la protección, promoción y apoyo a la lactancia materna en todo el mundo), del cual es miembro el estado peruano, tiene como **Lema “Lactancia Materna: una respuesta vital en emergencias ¿estamos preparados-as?”**, en el contexto de que las emergencias como producto del accionar humano o de causas naturales son impredecibles y se caracterizan por el caos, la inseguridad, la escasa higiene y poco suministro de agua potable, alimentos, combustible, cuidado médico y albergues. El Perú no es ajeno a estas emergencias como son los sismos, las inundaciones y actualmente la presencia de la Influenza AH1N1 y el friaje, que condicionan la morbilidad y mortalidad de las niñas y niños.

El Perú tiene la más alta tasa de lactancia materna en América Latina y es uno de los países que lidera la disminución de mortalidad infantil a nivel mundial, ya que está demostrado que la lactancia materna representa la estrategia de menor costo efectividad para luchar contra la desnutrición y mortalidad infantil.

En este contexto el Ministerio de Salud, en un trabajo conjunto con UNICEF y la Sociedad Civil asume su responsabilidad social en el marco de los lineamientos de política y dispositivos legales vigentes, y celebra todos los años la **“Semana de la Lactancia Materna”**, en la cuarta semana de agosto, con el propósito de generar

un espacio de diálogo, análisis, respecto a la salud de las niñas y los niños, en beneficio de las nuevas generaciones de peruanas y peruanos.

III. DIÁGNOSTICO

La ausencia de Lactancia Materna Exclusiva (LME) durante los primeros seis meses de vida es una de las principales causas de diversas enfermedades. A nivel nacional el 66 % de bebés menores de seis meses reciben lactancia materna exclusiva, siendo el consumo mayor en las zonas rurales donde el 80% de bebés se alimentan con leche materna, según los resultados preliminares de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (Endes) 2007; la Red Peruana de la Lactancia Materna ha identificado varios obstáculos que interfieren en la lactancia materna exclusiva, entre los que se encuentran:

Poca Información: la mayoría de mujeres desconocen que la lactancia materna es beneficiosa para su propia salud. No están informadas sobre las técnicas de un amamantamiento exitoso en una situación de crisis.

Barreras Socioculturales: actitudes y creencias que menosprecian a la lactancia materna desaniman a las mujeres en iniciar y/o mantener la lactancia.

Falta de apoyo en el lugar de trabajo: pocas madres gozan de licencias de maternidad pagadas, o de tiempos y lugares adecuados para amamantar o extraerse la leche.

Prácticas nocivas en los servicios de salud: la distribución de suministros gratuitos de leches artificiales infantiles en algunos servicios de salud, uso de biberón.

Presiones Comerciales: la comercialización de leches artificiales, induce a las madres al consumo de formula artificial y diferencia entre la leche materna.

Dificultad en la calidad de los servicios: algunos profesionales de la salud, orientan la información inadecuadamente a las mujeres, durante su embarazo, parto o puerperio.

Estos datos nos muestran la necesidad de impulsar las acciones integrales a favor de la lactancia materna, respetando las cultura, valorando las costumbres locales donde se desenvuelve la madre y su niña/o- entorno familiar.

III. OBJETIVO GENERAL DE COMUNICACIONES

Fortalecer los conocimientos y prácticas sobre la Lactancia materna exclusiva, para el desarrollo integral de las niñas y niños de 0 meses a 6 meses y en preferencia hasta los 2 años, antes, durante y después de las emergencias y/o desastres naturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Informar oportunamente a la población, frente a emergencias con énfasis en mujeres gestantes y madres que dan de lactar, sobre la importancia de la Lactancia Materna Exclusiva y su relación con el desarrollo humano y social.

- ❖ Involucrar en todo el proceso de la intervención a medios de comunicación, decisores, líderes de opinión sobre la importancia de la lactancia materna exclusiva, para generar corrientes de opinión favorable frente a una situación de sismo, inundaciones, etc.
- ❖ Incentivar la importancia del entorno familiar y social para que las madres reciban apoyo en todos los GRUPOS DE APOYO (sociedad civil, CEPREN, la Liga de la leche, taller de los niños, etc.)

IV. SEGMENTACIÓN DE LOS PÚBLICOS

PÚBLICO PRIMARIO

Gestantes y madres que dan de lactar, con énfasis en madres adolescentes.

PÚBLICO SECUNDARIO

Entorno familiar

Periodistas y comunicadores locales

Decidores y líderes de opinión

Personal de Salud

ALIADOS

Gobierno Regional, Provincial y Local

Iglesia

MIMDES

ESSALUD

ONGS

Agentes Cooperantes

Empresa privada

Sanidad de las FFAA y Policía Nacional

INDECI

V. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE INTERVENCIÓN

INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN sobre los beneficios de la leche materna para fortalecer los conocimientos sobre la lactancia materna entre la población con énfasis en las gestantes y mujeres que dan de lactar para generar una actitud favorable hacia prácticas más saludables.

Para ello, el MINSA a través del portal difundirá materiales comunicacionales que permita colocar el tema en todos los escenarios a nivel nacional, regional y local. Sin embargo, se pretende también que cada Dirección de Salud adapte piezas comunicacionales (spots, afiches y folletos) acorde a las características de su población y región, asegurando un impacto en la población objetivo.

DESARROLLAR COMPETENCIAS en comunicadores, periodistas y locutores de medios de comunicación regional y local sobre temas relacionados a los beneficios de la lactancia materna exclusiva, generando compromisos sostenidos en la difusión del tema.

ADVOCACY El trabajo con periodistas locales o propietarios de medios de comunicación para lograr espacios de difusión gratuita sobre mensajes básicos de la Lactancia Materna y entablar alianzas estratégicas focalizadas a lograr el involucramiento en todo el proceso de la intervención comunicacional, garantizando la participación y financiamiento de los cooperantes y otros.

PARTICIPACIÓN CIUDADANA a través de espacios de debate en organizaciones de mujeres, promoviendo en los periódicos murales, mensajes sobre la importancia de la LM. Así mismo, se impulsaran concursos o movilizaciones masivas que contribuyan a interiorizar los mensajes claves hacia la población priorizada.

DIFUSIÓN MASIVA Y ALTERNATIVA

La estrategia de los Comunicadores será concertar con medios de comunicación local (radios y televisoras de alcance regional), así como la colocación de entrevistas a voceros del sector y entidades relacionados con el tema, en los programas de mayor sintonía, y en medios alternativos como los altoparlantes en mercados, plazas públicas o el uso de periódicos murales o vitrinas informativas.

POR ACTORES SOCIALES

<p>POBLACIÓN EN GENERAL (GESTANTES Y MADRES QUE DAN DE LACTAR)</p>	<p>INFORMAR Y EDUCAR - PARTICIPACIÓN CIUDADANA.</p> <p>Distribución de material informativo a establecimientos públicos y privados (escuelas, hospitales, restaurantes, tiendas de abarrotes, etc.).</p> <p>Sesiones demostrativas: técnica de la lactancia correcta, preparación de papillas con productos nutritivos de la región.</p> <p>Festival por una lactancia materna exclusiva en el Perú: concurso de niños mamonos, bailes, otros.</p> <p>Pintado de lemas en murales, buses urbanos y motocars, alusivos a la importancia de la lactancia materna.</p>
<p>PERIODISTAS, LOCUTORES Y COMUNICADORES LOCALES</p>	<p>INFORMAR Y EDUCAR – GENERAR CORRIENTES DE OPINIÓN</p> <p>Taller para periodistas</p> <p>Elaboración y distribución de carpetas informativas para periodistas.</p> <p>Colocación de Entrevistas a voceros en los medios de comunicación.</p> <p>Publicación de notas de prensa de forma periódica.</p> <p>Concurso fotográfico dirigido a periodistas.</p>
<p>DECISORES (GOBIERNOS LOCALES) Y</p>	<p>INFORMAR Y EDUCAR – PARTICIPACIÓN CIUDADANA</p> <p>Reuniones de sensibilización para generar compromisos para la implementación de la campaña y formar voceros sobre el tema.</p>

LÍDERES DE OPINIÓN	Entrega de Cronograma de Actividades planeadas por cada localidad. Promocionar Infosalud (0800-108-28)LINEA GRATUITA A NIVEL NACIONAL
ESCUELAS Y/O COLEGIOS	SENSIBILIZACIÓN – DIFUSION Reuniones de información con periodistas escolares. Concurso de lemas, de pintura, periódicos murales. Difusión y perifoneo de las campañas
LIDEREZAS DE BASE VASO DE LECHE Y COMEDOR POPULAR	INFORMAR Y EDUCAR – PARTICIPACIÓN CIUDADANA. Reuniones de sensibilización y uso de herramientas de comunicación para difundir el tema entre las socias. Elaboración y distribución de cartillas informativas para voceras. Elaboración y distribución de afiches informativos para las organizaciones. Concurso de periódicos murales

VII. POSICIONAMIENTO DE LA CAMPAÑA

Beneficio Principal- Generar en las madres de familia, la practica de la lactancia materna que provee a los infantes de nutrientes adecuados y les brinda inmunización a un gran numero de enfermedades comunes en menores de dos años, es la consistencia y el estado nutricional, para mejorar la calidad de vida de las niñas y niños.

CONTENIDO DE DISCURSOS

Para la elaboración de los mensajes o discursos comunicacionales se tiene como estrategia incentivar la corresponsabilidad de todos los actores de la sociedad.

Así mismo, este plan se encuentra descrito dentro de los enfoques de interculturalidad y derechos humanos como medida para promover y revalorar el entorno familiar, a través de la información y educación, en el marco de la estrategia nacional CRECER.

Los mensajes deben estar orientados a la difusión del Código y Reglamento, específicamente aquellas normas que sancionan la publicidad engañosa cometida por las empresas comercializadoras de sucedáneos y asumir rol protector de la madre frente a situaciones de emergencias y/o desastres para continuar el amamantamiento en los niño@s.

MENSAJES BÁSICOS

1. Apenas nazca tu bebé dale la primera leche de tu pecho (calostro) porque es el mejor alimento y lo protegerá de las enfermedades como la diarrea o la neumonía.

2. Es importante que la madre que da de lactar, reciba el apoyo emocional y cuidado de su pareja y del entorno familiar que la rodea.
3. Amamantar a tu bebé en tiempo de crisis, catástrofe o recesión, es la mejor decisión”
4. Tu bebé no necesita agüita ni mates durante los primeros seis meses, sólo leche materna.
5. No uses biberones ni chupones.
6. Una buena lactancia es cuando la boca de tu bebé cubre toda la parte oscura de tu pecho (areola).
7. A partir de los 6 meses de tu bebé, dale papillas, mazamorritas y purés espesos, pero continua con la leche materna.
8. Háblale a tu niño mientras lo alimentas con paciencia y amor.
9. El personal de salud te orientará e informará sobre la importancia de la leche materna en el bebe. Mayor información Infosalud 080010828, línea gratuita a nivel nacional
11. Recuerda que tienes derecho a darle pecho a tu bebé en cualquier lugar público como restaurantes, centros comerciales, plazas o donde trabajas, antes, durante y después de una emergencia y/o desastre.

VIII. ASISTENCIA TÉCNICA, MONITOREO Y EVALUACIÓN

Asistencia Técnica

- Proveer de asesoría técnica para el diseño, monitoreo y evaluación de las actividades realizadas
- Facilitar permanentemente estrategias y herramientas educativo comunicacionales para el impacto de la campaña.

Monitoreo*

- Supervisar las actividades programadas descritas en el plan de comunicaciones.
- Asegurar que el sistema de documentación del plan se encuentre debidamente implementado de manera que los procesos y productos que se generen sirvan de evidencia al equipo de gestión.

La evaluación se realizará al sistematizar cada experiencia regional sobre la intervención de comunicación de la Lactancia Materna en el Perú. El informe debe contener las lecciones aprendidas, limitaciones, los productos elaborados y logros alcanzados.