

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de Comunicación “Lactancias Imperfectas”

Emilia Eduarda Rosero Bermúdez

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación

Quito, 12 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Campaña de Comunicación “Lactancias Imperfectas”

Emilia Eduarda Rosero Bermúdez

María José Enríquez Cruz

PhD. en Comunicación

Quito, 12 de mayo de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Emilia Eduarda Rosero Bermúdez

Código: 00326926

Cédula de identidad: 1720727799

Lugar y fecha: Quito, 12 de mayo de 2024

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

AGRADECIMIENTOS

A mis papás, sin ellos esto no hubiese sido posible. Han estado en cada paso durante toda la carrera y sobre todo este proyecto. Gracias por todo su apoyo en cada una de mis decisiones locas, porque me encanta complicarme pero ustedes siempre están ahí para sostenerme.

A mis hermanas. A Juanes, mi novio. Gracias por celebrar todo lo que hago y ser mis más grandes fans. Ustedes me dan toda la confianza que necesito para seguir.

A mis amigos que vivieron la tesis conmigo, porque saben cómo se vive este proceso, y entre estrés y chistes salimos adelante.

A mis amigos desde primer semestre, que de una forma u otra me demuestran su apoyo en cada momento que pueden. Tal vez ya no pasamos todos los días juntos, pero les siento siempre cerquita de mi corazón.

A Isa Palacios. Gracias por tanto conocimiento y por tanto aguante. Eres un aspecto fundamental en este proceso. Gracias por ayudarme a llevar este mensaje a quienes más lo necesitan, y vivir toda la campaña tanta pasión.

A todos mis profes durante la carrera. Gracias por enseñarme tanto y siempre impulsarme a sacar mi esencia en todo lo que hago. Pienso y aplico sus enseñanzas constantemente. Estoy completamente agradecida de haber tenido el privilegio de aprender de todos ustedes en estos 4 años, realmente son agentes de cambio. Una mención especial a la Majito, eres la mejor guía que pude haber tenido. Estuviste en cada llanto y cada estrés, siempre asegurándome que iba a poder. Te agradezco infinitamente por tanto apoyo.

Y finalmente a todas las mamás que inspiraron la campaña. Son impresionantes. Les abrazo y admiro mucho.

RESUMEN

Este estudio aborda la lactancia materna desde una perspectiva de derechos de las mujeres y equidad de género. A través de la revisión bibliográfica, se analizaron las implicaciones culturales y sociales que perpetúan narrativas tradicionales sobre la maternidad, y afectan la autonomía de las mujeres para decidir libremente. Asimismo, se realizó una investigación cualitativa a través de un proceso etnográfico en centros de salud, entrevistas a asesoras de lactancia certificadas, médicos practicantes y en entrenamiento, y madres lactantes, y grupos focales con madres que están atravesando, atravesaron o están por atravesar sus procesos de lactancia para conocer experiencias y necesidades maternas. Adicionalmente, se revisaron campañas previas para analizar su enfoque y puntos débiles. Se encontró un gran déficit en el apoyo a las lactancias desde la comunidad y los sistemas de salud, y que en el contexto ecuatoriano las lactancias y maternidades se viven bajo la connotación del sufrimiento y el sacrificio como algo normal durante este período.

Se propone democratizar el acceso a información sobre lactancia y derechos, y la creación de sistemas de apoyo como una herramienta clave para empoderar a las madres, fomentar decisiones informadas y eliminar estigmas que refuerzan expectativas irreales sobre la maternidad.

En el Ecuador, existe la clara necesidad de un cambio estructural propiciado por el Estado en la promoción de la lactancia, que priorice el bienestar físico y emocional de las madres. Por esto, se llega a la conclusión de que la integración de recursos variados, con el fin de que las madres alimenten a sus hijos de una forma sostenible, en los sistemas públicos de salud, junto con estrategias de comunicación enfocadas en la inclusión, tienen el potencial de transformar las experiencias de maternidad. Esta propuesta promueve una visión respetuosa que considera la diversidad de realidades de las madres, reivindicando sus derechos y su autonomía.

A partir de esto, se propuso una campaña con enfoque en Lactancia Materna en el marco de los Derechos Humanos, que involucre a todos los actores, tanto mamás como familias, comunidad y personal médico. A esta propuesta, se la denominó “Lactancias Imperfectas”. La campaña llegó a 6 centros de salud del Distrito 17D11 Rumiñahui-Mejía; se habló de la problemática social y se buscó sensibilizar a la comunidad a través de 6 medios de comunicación tradicional: 4 programas radiales, 1 programa de televisión y 1 nota en prensa escrita. Se logró una comunidad de 180 seguidores en Instagram, un alcance de más de 7 000 cuentas y una interacción de casi 700 personas. Y como cierre de campaña, se logró un evento en un espacio público al que asistieron más de 100 personas. Para esta iniciativa se trabajó de la mano de 2 aliados estratégicos y 13 marcas auspiciantes que creyeron en el proyecto. La campaña fue transformadora para las más de 50 beneficiadas por la causa.

Palabras Clave: Lactancia Materna, Derechos de las Mujeres, Autonomía en la Maternidad, Maternidad sin Culpa, Salud Pública, Comunidad, Sistemas de Apoyo.

ABSTRACT

This study addresses breastfeeding from a woman's rights and gender equity perspective. Through a literature review, the cultural and social implications that perpetuate traditional narratives about motherhood and affect women's autonomy to make free choices were analyzed. Additionally, qualitative research was conducted through an ethnographic process in health centers, interviews with certified lactation consultants, practicing and training physicians, and breastfeeding mothers, as well as focus groups with mothers who are experiencing, have experienced, or are about to experience their breastfeeding processes, in order to understand maternal experiences and needs. Previous campaigns were also reviewed to analyze their approach and weaknesses. A significant deficit was found in the support for breastfeeding from both the community and health systems. In the Ecuadorian context, breastfeeding and motherhood are commonly experienced under the connotation of suffering and sacrifice as something normal during this period.

The study proposes democratizing access to information on breastfeeding and rights, and the creation of support systems as key tools to empower mothers, promote informed decision-making, and eliminate stigmas that reinforce unrealistic expectations about motherhood.

In Ecuador, there is a clear need for a structural change led by the State in the promotion of breastfeeding, prioritizing the physical and emotional well-being of mothers. Therefore, the conclusion is that integrating diverse resources within public health systems, to enable mothers to feed their children in a sustainable way, along with communication strategies focused on inclusion, has the potential to transform motherhood experiences. This proposal promotes a respectful vision that considers the diversity of mothers' realities, reclaiming their rights and autonomy.

Based on this, a campaign focused on breastfeeding within the framework of Human Rights was proposed, involving all actors, including mothers, families, the community, and medical personnel. This proposal was called “*Lactancias Imperfectas*” (*Imperfect Breastfeedings*). The campaign reached 6 health centers in District 17D11 Rumiñahui-Mejía; it addressed the social issue and aimed to raise awareness within the community through 6 traditional media outlets: 4 radio programs, 1 television show, and 1 print article. An Instagram community of 180 followers was created, reaching over 7,000 accounts and generating interaction from nearly 700 people. As the campaign’s closing event, a public gathering was held, attended by over 100 people. This initiative was carried out in collaboration with 2 strategic allies and 13 sponsoring brands that supported the project. The campaign was transformative for more than 50 women who benefited from the cause.

Keywords: Breastfeeding, Women’s Rights, Autonomy in Motherhood, Guilt-Free Motherhood, Public Health, Community, Support Systems.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
DESARROLLO DEL TEMA	17
Capítulo 1: La Lactancia Materna en el Contexto de los Derechos Reproductivos y la Igualdad de Género	17
1.1 Connotación Cultural de la Lactancia Materna en Ecuador	18
1.2 La Lactancia Materna como un Derecho.....	20
1.3 ODS 5: Igualdad de Género enfocada en la Salud Reproductiva y la Salud Pública.....	22
Capítulo 2: Asesorías de Lactancia Materna: Qué son, Por qué deberían ser accesibles democráticamente, y su Impacto en la Salud Emocional de las Madres.....	24
2.1 ¿Qué son y para qué sirven las asesorías de lactancia?	25
2.2 Asesorías de lactancia como una necesidad para todas las madres	26
2.3 Acceso público y respetuoso a las asesorías de lactancia	27
2.4 Contribución de las asesorías a la Salud Pública y la Maternidad sin Culpa	30
Capítulo 3: La Comunicación como Herramienta para Promover la Equidad en la Lactancia Materna y la Maternidad Informada.....	32
3.1 El Poder de la Comunicación para la Democratización de Servicios de Salud.....	33
3.2 Estrategias de Comunicación Aplicadas a la Promoción de Derechos.....	35
3.3 Campañas Previas sobre Lactancia en Ecuador	37
Capítulo 4: Campaña de Comunicación “Lactancias Imperfectas”	42
4.1 Presentación de la Campaña	43
4.2 Metodología de Investigación Cualitativa	48
4.3 Diseño, Planificación y Ejecución de la Campaña	51
CONCLUSIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
ANEXOS	75

INTRODUCCIÓN

Actualmente, existe la necesidad de reconfigurar las narrativas tradicionales en torno a la maternidad y la lactancia. Históricamente, la lactancia materna ha sido vista como un deber de la mujer, sin considerar las dificultades emocionales, físicas y sociales que pueden derivar de esta práctica. Y, ciertamente, esta concepción se encuentra marcada en países tradicionalistas como el Ecuador. De la misma manera, aún más presente en poblaciones de un nivel socioeconómico más bajo, en las que los temas relacionados a los derechos de la mujer se encuentran aún más estigmatizados. En un contexto donde las mujeres enfrentan una gran presión para cumplir con ideales maternales, es vital promover el derecho de cada madre a tomar decisiones informadas y, por ende, libres de culpa.

Este tema es relevante no solo desde el punto de vista de la salud pública, sino también desde la perspectiva de los derechos humanos y la equidad de género. Va mucho más allá de ser algo únicamente relacionado a mujeres, ya que no se juzga solo el camino de la “no lactancia”, sino también el de la lactancia que enfrenta problemas, y aún más aquella que enfrenta problemas y los hace saber. De parte de las mujeres, la sociedad espera silencio y cumplimiento de este deber, sin considerar su bienestar.

Asimismo, hablar sobre la lactancia materna desde una perspectiva de derechos de las mujeres implica reconocer que las decisiones respecto a esta práctica deben ser personales. Al democratizar el acceso a información sobre lactancia, no solo se busca empoderar a las madres al crear espacios en los que se sientan escuchadas y puedan identificarse con otras mujeres, sino también eliminar las expectativas y opiniones dañinas que rodean la maternidad.

Desde el punto de vista social, se busca fomentar el respeto hacia las decisiones de las mujeres, creando un entorno de apoyo y comprensión. Es fundamental resaltar que va

relacionado a un tema de derechos e igualdad de género, con un enfoque en la mujer y la lactancia. En términos educativos, se propone sensibilizar a la población sobre la importancia de respetar las decisiones de la mujer en su maternidad, brindando información clara y accesible sobre la lactancia. Profesionales de la salud y comunicadores se beneficiarán al comprender cómo abordar estos temas con sensibilidad y respeto a la autonomía de las mujeres. Desde el punto de vista comunicacional, la campaña busca hacer ruido para cuestionar las narrativas tradicionales y promover mensajes que reivindiquen el derecho de las mujeres a decidir sobre su maternidad, su cuerpo, su salud mental y su vida.

El tema se enfocará principalmente en trabajar alineado al ODS 5, "Igualdad de Género". Este se enfoca en reforzar la igualdad de derechos; para esta investigación el derecho a la salud reproductiva de las mujeres será el más presente. La democratización de las asesorías de lactancia se enmarca en este objetivo, ya que busca garantizar que todas las mujeres, sin importar su contexto socioeconómico, tengan acceso a información y servicios de calidad que les permitan tomar decisiones libres e informadas sobre su maternidad.

El acceso a información específica y científica sobre lactancia a través de servicios de salud pública contribuye a la sostenibilidad, ya que fomenta la salud física y emocional de las madres, y permite eliminar los miedos e incertidumbre alrededor de la lactancia al abrir espacios en los que el tema se hable y normalice. Se propone, a través del alcance de la campaña, lograr cambios estructurales que pueden tener un impacto positivo y duradero en la vida de las mujeres y sus familias. Un verdadero cambio en la manera en la que se aborda la lactancia socialmente y de manera intrafamiliar les otorga a las mujeres la libertad de gozar de su derecho de decisión, fundamental en el camino hacia la igualdad de género.

La lactancia materna en términos de nutrición es un tema que cada vez gana más fuerza en el país, y la salud pública participa activamente en la promoción de estas prácticas

como “la mejor forma de alimentar y nutrir a tu bebé”. Y, mientras esto es un beneficio real y muy importante, al que no se le debe quitar relevancia, rara vez se habla de la importancia de las decisiones individuales y el impacto emocional que puede tener el proceso de lactancia en las madres. Es un tema que ha sido abordado desde la salud pública, pero no siempre desde la perspectiva de los derechos de las mujeres. Las investigaciones y campañas previas tienden a centrarse en los beneficios de la lactancia materna para los bebés, pero pocas abordan las implicaciones para las madres como su arista principal, tanto en términos de su bienestar físico como emocional.

Lo novedoso de esta propuesta radica en la intersección entre salud pública, equidad de género y comunicación. Se busca utilizar el poder de la comunicación para promover una mayor comprensión de los derechos reproductivos de las mujeres, al utilizar la temática de la lactancia como muestra de una de las áreas en las que todavía no se habla de igualdad de género en términos de salud, porque las mujeres siguen siendo juzgadas y estigmatizadas por sus prácticas como madres.

Principalmente, en este punto creo importante mencionar las campañas acerca de la lactancia materna con un enfoque nutricional de entidades del estado. “Tu leche es amor” de UNICEF Ecuador en el año 2013; “Dale pecho, dale vida” del IESS en el año 2019; “Lactancia materna, Sí” en el año 2022, y “Cerrando la brecha” – Semana Mundial de la Lactancia Materna en el año 2024 del Ministerio de Salud Pública. Estas campañas van más relacionadas al bebé, y aunque llegan a hablar de la madre, se aborda desde el tema de las madres como un actor secundario. Por otro lado, el “Proyecto Semilla” de la USFQ, aborda de manera más cercana la temática de esta investigación al trabajar para llevar las asesorías de lactancia al sector público, pero con el fin de demostrarles a las madres indígenas que son capaces de nutrir a sus bebés, y estudiar el desarrollo cognitivo de los mismos.

El mayor factor diferenciador del enfoque que se plantea para esta investigación recae en que se consideran las dimensiones sociales, emocionales y de justicia social específicamente para las madres.

El tema contribuirá a la investigación acerca de derechos de las mujeres, lactancia, y necesidad de información y alternativas para todas las mujeres al demostrar, con el desarrollo de la campaña, cómo una lactancia informada y sin estigmas ayuda a propiciar una maternidad sin culpa. Esto permite explorar la lactancia materna no solo como un acto biológico, sino como una práctica social que afecta la vida de las mujeres desde múltiples aspectos. Se abogará por el empoderamiento de la mujer y la igualdad en el acceso a los recursos de salud reproductiva.

El aporte de la temática a la Comunicación va estrechamente relacionado a la manera en la que se aborda el tema. La campaña entra en el ámbito de salud pública, pero con un claro enfoque en la promoción de derechos. Se busca informar sobre la lactancia y sus implicaciones, pero el objetivo a largo plazo busca un proyecto de ley de democratización de las asesorías de lactancia y el acceso a alternativas desde el Estado. Esto debido a que, considero de suma importancia que una campaña no solo informe a través de la educomunicación, sino que también transforme las estructuras sociales que perpetúan la inequidad a través del lobbying como parte fundamental de una campaña de salud. Espero, además, que el desarrollo de la campaña se convierta en una guía para que las campañas comunicacionales con enfoque en cualquier tema relacionado a la mujer consideren siempre el enfoque de derechos e igualdad de género a través de estrategias que respeten la autonomía de las mujeres.

Los fundamentos teóricos del proyecto provienen de investigaciones relacionadas a derechos humanos con un enfoque feminista, que básicamente abordan que para la sociedad

ninguna de las decisiones tomadas por la mujer en cuanto a su lactancia y maternidad serán lo suficientemente buenas, hayan o no tomado el camino tradicional. Asimismo, se utilizará información que demuestre que las dificultades en la lactancia son algo común, y existe solución a estos problemas a través de asesorías de lactancia y métodos alternos de alimentación que hasta el momento son demonizados. La lactancia no debe causar sufrimiento, solo está mal llevada gracias a los estigmas sociales porque no se habla del tema libremente.

El desarrollo de esta investigación y campaña es pertinente y de suma importancia porque la lucha en favor de la igualdad de género tiene un sinnúmero de aristas que no se abordan en su totalidad. Al utilizar la comunicación como herramienta para educar y promover la democratización de la información científica sobre lactancia, el proyecto tiene el potencial de generar un impacto significativo en la vida de las mujeres, permitiéndoles tomar decisiones informadas y libres de culpa sobre su maternidad. El enfoque en la equidad y los derechos reproductivos permiten que la campaña se convierta en un puente entre la salud pública, la justicia social y el empoderamiento de las mujeres. Así también, busca que la Comunicación se utilice para transformar y tener grandes impactos, ya que tiene el potencial de entrar en todas las áreas que necesitan ser escuchadas para darles voz a quienes no la tienen.

En este contexto, nace la campaña de comunicación “Lactancias Imperfectas”, una propuesta que busca visibilizar las diversas realidades de la lactancia, hablar de la lactancia como un derecho, romper con los estigmas que la rodean y promover entornos más humanos y respetuosos para las mujeres. La campaña se desarrolló en centros de salud del Distrito 17D11 y logró integrar la comunicación, la educación, la movilización comunitaria y el trabajo en territorio con un enfoque de derechos para acompañar de forma real y cercana a las

madres. Se transmitió en mensaje de que se debe hablar de lactancia como un tema de todos, porque las lactancias exitosas se logran en comunidad.

DESARROLLO DEL TEMA

Capítulo 1: La Lactancia Materna en el Contexto de los Derechos Reproductivos y la Igualdad de Género

La lactancia materna, desde una perspectiva cultural, se ha posicionado en la sociedad bajo una serie de premisas normativas que influyen significativamente en cómo las mujeres viven su maternidad y las decisiones que toman respecto a esta, tomando en cuenta principalmente el aspecto biológico y nutricional de sus hijos. En la actualidad, la lactancia materna y su promoción como el método óptimo para la alimentación infantil está en constante diálogo. Que se hable del tema es un gran paso inicial para visibilizar a la mujer y sus derechos. Sin embargo, la lactancia se promueve como el método “natural”, y con un enfoque específico en los niños y su nutrición; este mensaje, a su vez, suele acompañarse de normas culturales y sociales que definen las expectativas sobre el papel que deben desempeñar las mujeres como sujeto secundario en este proceso, a pesar de que son su bienestar físico y mental los que también están en juego. La lactancia, más que como un derecho, es vista como una responsabilidad, e incluso una obligación, en la que se ponen a prueba valores de dedicación, sacrificio y “buen” desempeño como madre. Esto influye directamente en cómo se percibe el rol de las mujeres en la maternidad, tanto desde la sociedad como desde ellas mismas, lo que condiciona su libertad para tomar decisiones sin sentimientos de culpa.

Desde la perspectiva de derechos humanos, la lactancia materna debe analizarse en función de su relevancia en la discusión de derechos reproductivos y de igualdad de género, ya que una de sus aristas principales es el bienestar integral de la madre y su derecho a decidir sobre su propio cuerpo. Reconocer la lactancia como un derecho implica tener en cuenta la capacidad de elección de las mujeres y cómo las expectativas sociales y la mentalidad tradicionalista pueden ser un limitante. Desde esta perspectiva, la lactancia está

lejos de ser un acto exclusivamente biológico y con efectos únicamente para el bebé. Por esto, es necesario redireccionar la promoción de la lactancia materna hacia acciones que garanticen que las mujeres tengan acceso a la información y el apoyo necesario para tomar decisiones informadas, sin imponer una única forma normativa de vivir la maternidad.

Este capítulo busca evidenciar la necesidad del acceso equitativo a servicios de salud pública relacionados a derechos reproductivos, que a largo plazo permitan a las madres disfrutar de una maternidad sin culpa.

1.1 Connotación Cultural de la Lactancia Materna en Ecuador

La lactancia materna en Ecuador es una práctica que se ha valorado culturalmente a través de la historia, debido a ser una sociedad tradicionalista y, en gran parte, aún conservadora. Inclusive, la literatura latinoamericana contemporánea, que ha intentado combatir el fenómeno del rol de la mujer de la madre tradicional, describe una representación social recurrente: “la madre no normativa, entendida como aquel individuo femenino que no puede o no quiere seguir los mandatos que la sociedad le impone a las mujeres para ser reconocidas como madres” (Loayza Et. al., 2022). Lo que nos demuestra que lo “normal”, lo normativo, es una mujer que se entrega a su rol y cumple con las expectativas sociales que su maternidad representa.

En el país, la lactancia cumple con una función biológica de nutrición, pero también encarna valores tradicionales, como la conservación de la familia, y el rol de la mujer de ser madre y cuidadora. Se asocia la lactancia con la salud del bebé, y se la considera una responsabilidad inamovible que debe ser casi instintiva para la madre. Sin embargo, por el mismo tradicionalismo, hablar del cuerpo de la mujer es aún un tabú, por lo que las dificultades del proceso no se mencionan, y se espera que la mujer sepa cómo enfrentarlas

sola. Esto genera una constante presión en las madres por el hecho de que se habla de que la salud del bebé está en juego, lo que genera aún más dudas y culpabilidad por no poder cumplir el rol materno que la sociedad espera de ellas, lo que muchas veces lleva a que sus necesidades y bienestar sean dejados de lado. Para esto, es relevante mencionar que en el país esta culpabilidad por no cumplir expectativas sociales, aunque de todas formas se basa en el tradicionalismo, se vive de diversas maneras y ocurre por varios factores. Principalmente, la diferenciación surge entre zonas rurales y urbanas.

Las zonas rurales del país son mayoritariamente indígenas, por lo que la tradición se vive desde su perspectiva cultural. En esta, la lactancia es vista como una práctica que forma parte del crecimiento de la familia, en la que la comunidad está ampliamente involucrada, pero es la madre la que tiene la responsabilidad de saber cómo hacerlo y aportar al crecimiento comunitario. En este contexto, no conseguir dar de lactar se considera la salida fácil, o un pobre esfuerzo de parte de la madre, porque hasta ese punto todas las mujeres de la familia lo han hecho “cueste lo que cueste” (Chávez Macías, 2024). Es necesario recalcar que en este contexto el embarazo adolescente es una realidad muy presente. Durante el 2022, el número de nacidos vivos de madres entre 10 y 14 años es de 1921, y de madres entre 15 y 19 años el número asciende a 54241 hasta el mismo año (INEC, 2022). Estas niñas que ahora ejercen el papel de madre, salen de su casa para vivir con las familias de los padres de sus hijos, no tienen la oportunidad de culminar sus estudios, y viven bajo la sombra patriarcal que sigue estando muy presente en estas zonas. No cuentan con una guía de confianza para este proceso, y se espera que cumplan las expectativas sociales porque es su rol como mujer (Proyecto Semilla, 2024).

Por otro lado, en las zonas urbanas en las que prevalece la clase media, media-alta y alta, se puede llegar a observar una mayor apertura hacia alternativas. Sin embargo, la representación de la lactancia en la cultura popular juega un papel importante en cómo se

percibe esta práctica. Cada vez existen más campañas que se relacionan a la lactancia, y aunque estas permiten que se hable del tema y técnicamente se busca fomentar una visión positiva de esta práctica, el enfoque va siempre hacia la nutrición del bebé, y en parte se muestra como la única alternativa responsable, y el verdadero acto de amor. Idealizar la práctica le arrebatada de cierta forma a la mujer su poder de decisión, porque estas campañas no reflejan la realidad de la mayoría de las mujeres ecuatorianas. Madres que necesitan trabajar, que por salud mental no pueden hacerlo, que por razones de salud no llegan a abastecerse, o simplemente por su estilo de vida prefieren no hacerlo, no son visibilizadas al hablar de lactancia. Como menciona Doonan en su reciente investigación “with a long cultural history of using breastmilk alternatives, and a strong contemporary movement to increase breastfeeding rates, local mothers tend to report a ‘damned if you do, damned if you don’t’ dynamic in relation to breastfeeding” (2022). Es decir, que no llega a existir alternativa en la que la mujer tome la decisión correcta. Ciertamente tienen más acceso a alternativas, pero la presión de la sociedad tradicional, y que ahora la lactancia exclusiva se promociona como la única manera correcta de llevar tu maternidad, lleva a los mismos sentimientos de culpabilidad e incapacidad en su rol de madres.

1.2 La Lactancia Materna como un Derecho

Al hablar de lactancia materna en relación a derechos, lo primero que se discute es el derecho de los niños a una nutrición adecuada. Sin embargo, definir la lactancia materna como un derecho implica una visión multidimensional, que contempla tanto el derecho del bebé a recibir una alimentación saludable, como los derechos reproductivos de la madre para decidir sobre su maternidad en cuanto a su cuerpo, salud mental y estilo de vida. Es necesario abordar la conversación acerca de derechos desde la perspectiva de la mujer como ser humano autónomo y sujeto de derechos, ya que esta arista es muchas veces pasada por alto.

Esto significa promocionar una cultura de respeto a las decisiones de la mujer tanto desde el sector salud como la sociedad en sí, en la que se viva un contexto de apoyo que le permita a la mujer decidir de manera informada y libre, y no ser estigmatizada por elegir, o no, amamantar a su hijo.

Desde la política pública y salud, el derecho a decidir sobre la lactancia se encuentra enmarcado dentro de una estructura de apoyo que debe ser garantizada por el Estado. Además de promover la lactancia a través de servicios que la faciliten para las madres que decidan amamantar, el Estado tiene la obligación de ofrecer alternativas seguras, información y educación para aquellas madres que opten por no hacerlo, sea cual sea su motivación.

“El Ministerio de Salud Pública (MSP) del Ecuador, en el Acuerdo Ministerial 108, del año 2016, para la certificación como Establecimientos de Salud Amigos de la Madre y el Niño (ESAMyN), establece en el componente 4, que todas las instituciones que atienden partos, deben fomentar, proteger y apoyar la lactancia materna y entre sus actividades se proponen la educación desde la etapa prenatal a las madres sobre cómo amamantar, los beneficios de la lactancia, su inicio y duración, entre otros aspectos.” (Tasé, 2022).

Abogar por el cumplimiento de esta política pública en todas sus dimensiones, y con el derecho de la mujer como eje central, garantiza el respaldo y valora cada realidad individual, lo que le brinda a cada madre el derecho a decidir sin comprometer su autonomía ni su bienestar, mientras se asegura la salud y la nutrición de los niños.

Desde la perspectiva sociedad, respetar el derecho de la madre se ve reflejado directamente en reconocer el derecho de decisión de la mujer. Existe la idea de que deconstruir el concepto de la conexión mujer-madre es necesario para que las mujeres puedan gozar de sus derechos reproductivos. Sin embargo, ¿qué ocurre en el momento en que la

mujer, sujeto de derechos, decide convertirse en madre? Desconectar ambos conceptos crea una diferenciación entre una mujer y una madre, y la realidad recae en que aquellas que deciden convertirse en madres, deben seguir sujetas a sus derechos como mujer. Mantener la relación mujer-madre permite que la decisión de la maternidad, y todas aquellas decisiones que se toman dentro de esta, se vivan con libertad porque este es el derecho de la mujer que ejerce y vive su maternidad; ya que, no por ser madre, una mujer pierde su autonomía. En este sentido, el derecho a una maternidad sin culpa se convierte en un aspecto central de este enfoque, ya que refuerza la idea de que la decisión de dar de lactar o no debe basarse en el bienestar integral de la mujer, lo que incluye tanto su salud física como su salud emocional (Giallorenzi, 2020).

1.3 ODS 5: Igualdad de Género enfocada en la Salud Reproductiva y la Salud Pública

Cercanamente relacionado con la temática, se encuentra el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 5, que se centra en lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas (Moran, 2023). La lactancia materna es un componente clave dentro de su alcance, ya que entre sus metas se plantea el acceso universal a la salud y derechos reproductivos (Moran, 2023). Trabajar en base al ODS 5 hace referencia al empoderamiento femenino en la toma de decisiones sobre su cuerpo y su vida. Para esto, se debe contar con acceso a información confiable, recursos de apoyo y asesoría para tomar decisiones libres y autónomas. Esta garantía es fundamental para avanzar hacia la igualdad de género en el ámbito de la salud reproductiva, y para asegurar que las mujeres puedan vivir su maternidad de forma plena y sin culpa.

El ODS 5 también se alinea con la necesidad de que las instituciones de salud y las políticas públicas adopten un enfoque verdaderamente equitativo hacia las necesidades de las

mujeres. La igualdad de género en este contexto no se limita a impulsar la lactancia, sino que se manifiesta al reconocer y valorar las decisiones individuales de cada mujer en torno a la maternidad y su bienestar personal. “Existe evidencia de que el nivel de conocimiento de las madres sobre esta práctica repercute en su cumplimiento óptimo y sobre éste a su vez la educación y asesoría recibida durante la etapa prenatal” (Maidana, 2023). Los programas de salud deben brindar alternativas adecuadas que respondan a la diversidad de realidades de las madres, con el derecho de la mujer como una prioridad, independientemente de su decisión sobre la lactancia.

Capítulo 2: Asesorías de Lactancia Materna: Qué son, Por qué deberían ser accesibles democráticamente, y su Impacto en la Salud Emocional de las Madres

La lactancia materna, como se planteó previamente, no es únicamente una práctica biológica destinada a la nutrición del recién nacido, sino una experiencia profundamente influenciada por factores culturales y sociales. En este sentido, las asesorías de lactancia materna surgen como un recurso esencial para acompañar y guiar a las madres durante esta etapa, al proporcionarles herramientas prácticas, información científica y apoyo emocional adaptado a sus necesidades individuales. Aunque el recurso informativo es un servicio que el Estado técnicamente sí ofrece, la estrategia comunicativa y el recurso tangible es insuficiente para realmente llegar a tener un efecto positivo en la problemática.

Como se mencionó anteriormente, existen varias barreras tanto físicas como emocionales que dificultan el desarrollo del proceso de lactancia. Las asesorías les permiten a las madres acceder a soluciones efectivas y reducir el impacto negativo de estas barreras, tanto en ellas como en sus hijos. Además, estas asesorías desempeñan un papel crucial en la construcción de una maternidad libre de culpa. Al brindar un espacio seguro y libre de prejuicios, las asesorías permiten que las madres expresen sus inquietudes y tomen decisiones informadas que puedan ser sostenibles para su vida y su situación específica.

Este capítulo explora qué son las asesorías de lactancia, cuál es su función y por qué la accesibilidad a este recurso aporta tanto a una nutrición de los niños como a los derechos de las mujeres, independientemente de su contexto socioeconómico. Así también, se examina el impacto positivo que estas asesorías tienen en la salud emocional de las madres y en su capacidad para tomar decisiones informadas, al contribuir a una maternidad que prioriza el bienestar físico y emocional de la mujer, libre de culpas.

2.1 ¿Qué son y para qué sirven las asesorías de lactancia?

Las asesorías de lactancia son un servicio de salud y bienestar que ofrecen apoyo integral a las madres durante su proceso de lactancia. La labor de la asesora de lactancia empieza desde el embarazo, pasando por los días de posparto, e incluso puede llegar al momento del destete o transición a diversas formas de alimentación (Hero Baby, 2021).

Estos servicios no necesariamente se realizan por profesionales de la salud, aunque si es común encontrar enfermeras que se han certificado en asesorías de lactancia. Pero, en varios casos, son madres con gran experiencia las que se encargan de brindar este servicio. Sin embargo, existe la certificación IBCLC (*International Board Certified Lactation Consultant*), que se renueva cada cinco años, para quienes quieren ejercer esta labor de manera profesional (Hero Baby, 2021). Su objetivo principal es “escuchar, sin juzgar y colaborar con las madres que desean amamantar a su bebé” (Hero Baby, 2021). Así también, “ayudar y acompañar en la decisión que la madre haya tomado, desde la empatía y la comprensión” (Hero Baby, 2021).

Al cumplir una función holística, la labor de quien ofrece asesorías abarca aspectos como la información actualizada de recursos y opciones; la evaluación de la técnica y agarre adecuado del bebé al pecho; identificación y manejo de problemas físicos como la mastitis, quiebre de pezones o congestión mamaria; técnicas para estimular la producción de leche; creación de bancos de leche y uso de herramientas como extractores; y educación y seguimiento continuo al proceso y a la familia (León Cueto, 2024). Así también, se abordan situaciones específicas de cada madre como orientación para madres que desean ofrecer lactancia mixta (leche materna y fórmula), o alimentación en casos de desnutrición o nacidos prematuros (Hero Baby, 2021). Este enfoque holístico garantiza que las madres cuenten con todas las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas y sin culpa, porque el bienestar de su bebé no está en juego.

Además, las asesorías ofrecen un acompañamiento emocional a lo largo de todo el proceso (León Cueto, 2024). Las complicaciones son una parte muy común del proceso tan demandante que es la lactancia, y esto puede provocar frustración en la madre. El papel de quien brinda la asesoría es reafirmar que sus decisiones son las adecuadas para su bebé y su estilo de vida, a través de la empatía. Esta es una parte crucial de la asesorías, ya que son el componente específico de este proceso que tiene como eje central el derecho de la mujer a su maternidad plena.

Las asesorías no son solo una herramienta práctica y un derecho que el Estado debería proveer, sino también un recurso esencial para construir experiencias de maternidad más positivas.

2.2 Asesorías de lactancia como una necesidad para todas las madres

Aunque tradicionalmente se ha considerado que la lactancia no presenta mayores desafíos, más que su necesidad de “compromiso” para hacerlo, la gran mayoría de mujeres tienen una experiencia poco placentera que las afecta profundamente de manera física y emocional. Aceptar que la lactancia no tiene que ser un peso extra para la madre es el primer paso para reconocer que las asesorías de lactancia pueden ser un factor determinante en mejorar el bienestar de esta, ya que la orientación especializada le otorga a la madre el poder de escoger la mejor opción para ella y su bebé.

Hoy en día, las asesorías se toman como un privilegio de quienes pueden pagarlo, en sí, una práctica de élite. Esto, además de limitar el acceso a este que debería ser un servicio democratizado, le quita credibilidad a la práctica debido a que aquellas mujeres para quienes no es accesible, no la conocen y no confían en que podría ayudarlas. Por esta razón, las asesorías de lactancia no deben ser vistas como un lujo, ni como un servicio exclusivo para

quienes enfrentan problemas graves, sino como una necesidad que debería estar al alcance de todas las madres, independientemente de su contexto socioeconómico.

Las asesorías ofrecen un espacio para abordar dudas y preocupaciones, que promueve una experiencia de lactancia más informada, y saludable. Esto les permite a las madres tener acceso a conocer todas sus opciones para la alimentación de su bebé, que pueden implicar la lactancia exclusiva y la mejor manera de lograrlo, o sus alternativas, que siempre deben ser consideradas e informadas. Este acompañamiento integral no solo beneficia a las madres, sino que también tiene un impacto positivo en la salud de los bebés, al fomentar prácticas de alimentación infantil seguras y efectivas que contribuyen al desarrollo óptimo del niño en sus primeros meses de vida. “Los expertos de bebés saben que muchos problemas pueden surgir para hacer la lactancia materna exclusiva difícil. [...] ellos comparten el mismo objetivo que tu sin importar cómo llegar allí, un bebé feliz y creciendo” (Mead Johnson Nutrition, 2024). Muchas veces la lactancia exclusiva no es una posibilidad, y lo que realmente importa es un niño sin hambre.

Las asesorías de lactancia son una necesidad básica que debe estar disponible para todas las madres como parte de una estrategia integral para promover la salud y el bienestar de las familias. Democratizar su acceso no solo es una medida de equidad, sino una inversión en el desarrollo de una sociedad más saludable y consciente del valor de acompañar a las mujeres y darles el derecho al acceso a su salud reproductiva.

2.3 Acceso público y respetuoso a las asesorías de lactancia

En el contexto ecuatoriano, así como en la mayoría de los países en desarrollo, el acceso a este tipo de servicios es limitado y, en la mayoría de los casos, está restringido a aquellas familias que pueden pagar asesorías privadas. Esto limita a gran parte de las mujeres,

especialmente aquellas que viven en zonas rurales o con bajos recursos económicos, a no recibir este servicio, y realmente siendo esta población la que podría beneficiarse más al ser mayoritariamente madres muy jóvenes y en situaciones patriarcales muy fuertes (Proyecto Semilla, 2024).

La lactancia materna en el país es fuertemente promocionada, pero ¿cómo espera el Estado que las madres lo logren sin ofrecer los recursos necesarios para hacerlo? Además, el enfoque discriminatorio a aquellas madres que por un sin número de razones se les hace imposible dar de lactar, empieza desde las leyes y comunicados oficiales del Ministerio de Salud, en el que se demoniza el uso de alternativas

“...prohíbe la publicidad agresiva e indebida de los sustitutos de la leche materna, como las leches de fórmula y biberones, así como cualquier forma de promoción de estos productos dirigida al público en general [...] el MSP ha solicitado a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), entidad adscrita al MSP, que realice los controles respectivos y aplique las sanciones correspondientes [...] Estas publicaciones representan una amenaza para la práctica de la lactancia materna, poniendo en peligro la salud y el bienestar de las niñas y niños. [...] deber ineludible para el presente y el futuro del Ecuador...” (Ministerio de Salud Pública, 2023).

Esto, es una violación al derecho de decisión de la mujer. Atenta contra su bienestar, e inclusive puede llegar a afectar a su hijo y su familia.

Los esfuerzos de inclusión son insuficientes. El Estado se ha enfocado en buscar alternativas para la lactancia que no son sostenibles porque requieren de un recurso que es imposible de sustentar para tanta demanda de madres con dificultades en la lactancia. Entre estos, los bancos de leche. Este servicio no es para nada sostenible porque su disponibilidad

es limitada y se encuentra únicamente en contextos hospitalarios que requieren de protocolos específicos y costosos para funcionar (Hospital Gineco Obstétrico Isidro Ayora, 2012).

Un aspecto esencial para ampliar el alcance de las asesorías de lactancia en Ecuador es la creación de políticas públicas que integren estos servicios de manera permanente y accesible en los centros de salud del país. Esto implica no solo garantizar la presencia de consultoras específicas certificadas en lactancia y proveer el espacio adecuado para hacerlo en hospitales y centros de salud, sino también ofrecer capacitaciones constantes en servicio y cómo tratar con poblaciones vulnerables de manera respetuosa y empática (Zamora Delmás et al., 2023). Este enfoque es crucial para alcanzar a comunidades rurales e indígenas, donde las barreras culturales, lingüísticas y económicas agravan la falta de acceso a estos servicios.

Un ejemplo funcional de esto es la sala de asesorías de lactancia del Proyecto Semilla que funciona en el Centro de Salud tipo C de Tabacundo. Sin embargo, aunque funciona en una entidad estatal, está sustentada y mantenida por la USFQ, lo que lo convierte únicamente en un proyecto piloto (Proyecto Semilla, 2024).

Al no ser mantenidas por una entidad privada y/o una fuerte administración del centro de salud en el que existen, las salas de servicios que para el Estado no son prioridad, terminan siendo abandonadas y sin personal capacitado para mantener su funcionamiento (Proyecto Semilla, 2024). El espacio queda adaptado y se presentan como iniciativas funcionales de inclusión, pero realmente ninguna funciona, y son pantallas para la reputación del Estado en temas sociales.

La importancia de establecer espacios inclusivos y de fácil acceso no puede subestimarse. Un enfoque inclusivo y holístico tiene el potencial de desmitificar estigmas asociados tanto a la lactancia como a la imposibilidad de hacerlo, al promover un diálogo

abierto sobre las diferentes realidades de la maternidad en el país a través del recurso de las asesorías de lactancia en la salud pública.

La integración de estas asesorías como un pilar dentro del sistema de salud ecuatoriano es una inversión necesaria para garantizar el bienestar de los niños y las familias y la construcción de una sociedad más respetuosa y abierta a las diversas formas de maternar, dándole la misma importancia al niño y a la madre.

2.4 Contribución de las asesorías a la Salud Pública y la Maternidad sin Culpa

Uno de los aspectos principales de la importancia de las asesorías de lactancia es su capacidad para empoderar a las mujeres a través de la información, lo que marca una diferencia en cómo las madres enfrentan su experiencia en un contexto personal. Tener acceso a asesorías de lactancia incrementa la confianza de las madres en sus capacidades, lo que les permite desafiar expectativas sociales o culturales que podrían estar en conflicto con su bienestar personal. Al proporcionar información y ofrecer herramientas prácticas, las asesorías permiten que las madres afronten los desafíos que su maternidad puede traer de manera proactiva, lo que reduce de manera significativa la ansiedad y el estrés que con frecuencia acompañan a la maternidad. Este acompañamiento respetuoso refuerza la autonomía de las mujeres al validar sus decisiones, ya sea optar por lactancia exclusiva, combinada o recurrir a alternativas como la fórmula (Zamora Delmás et al., 2023).

Asimismo, la salud pública, al igual que las mujeres, se beneficiaría de una agenda que priorice el bienestar materno. Una madre que conoce sus alternativas y toma decisiones que se adapten a su vida y pueda cumplir, trae beneficios para su hijo en cuanto a bienestar y nutrición. Así como una de las preocupaciones más grandes es la nutrición infantil, lograr que las madres alimenten a sus hijos de una manera que sea sostenible para sus vidas contribuye a

cumplir este objetivo. (Zamora Delmás et al., 2023). Las asesorías, al promover prácticas adecuadas y ajustadas a cada realidad, ayudan a mejorar indicadores de salud infantil, como la mejora en el desarrollo nutricional, al fomentar prácticas informadas y saludables que reducen riesgos asociados a la lactancia mal manejada o a la falta de alternativas.

La democratización del acceso a las asesorías de lactancia en Ecuador no solo fortalecería el derecho de las madres a recibir apoyo y orientación durante esta etapa, que se menciona como una de las grandes preocupaciones del Estado, como un derecho de libre acceso para las mujeres:

“Estamos luchando para garantizar a las mujeres el derecho a la salud no solo con infraestructura y servicios de salud, también desde otros ámbitos y otros espacios, a través de la reafirmación de este derecho pueden acceder sin restricciones o exclusiones de ningún tipo y a través de todo su ciclo de vida” (Ministerio de Salud Pública, 2023).

Así también, contribuiría al desarrollo de una sociedad más equitativa en términos de salud y derechos reproductivos, al democratizar el derecho a la información.

El empoderamiento que las asesorías de lactancia ofrecen a las madres no solo tiene implicaciones positivas a nivel individual, sino que también repercute en el bienestar de los niños y en la mejora de los indicadores de salud pública. De esta manera, se puede afirmar que las asesorías de lactancia son una herramienta esencial para promover una maternidad sin culpa y más alineada con los derechos de las mujeres.

Capítulo 3: La Comunicación como Herramienta para Promover la Equidad en la Lactancia Materna y la Maternidad Informada

La comunicación desempeña un papel central en la construcción de percepciones sociales y la configuración de actitudes respecto a temas de interés público y responsabilidad social. Actúa como un puente entre la información y la acción, y cuando se utiliza de manera estratégica, tiene el poder de transformar paradigmas culturales, eliminar prejuicios y generar reformas a nivel sistemático. En el caso específico de la lactancia y los derechos de las madres, empodera a las mujeres para tomar decisiones libres y responsables sobre su maternidad. La comunicación se convierte en una herramienta de cambio social, capaz de incidir en las normas y estructuras sociales que, a menudo, perpetúan desigualdades de género y expectativas irreales sobre las mujeres y sus maternidad

En el contexto de los derechos de las mujeres y madres, las campañas comunicacionales, son “la composición de diferentes estrategias y acciones que persiguen el objetivo de promocionar y gestionar la relación con todos los públicos relevantes para una misma causa” (Marketing Spain, 2021), tiene la capacidad de llegar a diferentes sectores de la población con el fin de derribar barreras sociales, culturales y estructurales, y así promover un entendimiento más amplio y equitativo de lo que significa la maternidad. Estas campañas incluyen una variedad de estrategias para lograrlo, desde métodos de difusión hasta mensajes impactantes y claros que logren, a largo plazo, la implementación de políticas públicas en favor de las mujeres, y el respeto a su derecho a decidir.

Además, la comunicación tiene un impacto directo en la democratización de los servicios de salud relacionados con la maternidad. Como se ha mencionado en capítulos anteriores, el Estado tiene la obligación de proveer recursos, tanto informativos como tangibles, a las madres y sus hijos para su bienestar, por lo que poder hablarles de sus derechos, es el primer paso para alzar la voz. Informar sobre recursos como asesorías de

lactancia, alternativas a la lactancia exclusiva, y redes de apoyo, facilita el acceso de las madres a estos servicios, independientemente de su contexto socioeconómico, porque conocen qué deben exigir de sus líderes y gobiernos. La comunicación también juega un papel importante en sensibilizar a los tomadores de decisiones, y a la sociedad en general, sobre la importancia de invertir en servicios accesibles que promuevan la equidad en la maternidad, y por ende los derechos de las mujeres.

Este capítulo explora cómo la comunicación puede ser utilizada de manera efectiva para democratizar servicios de salud, promover los derechos de las mujeres en la maternidad y generar un cambio social significativo. Se analizará cómo las herramientas de comunicación fomentan la equidad en la lactancia materna, y garantizan que las mujeres se sientan apoyadas, respetadas y empoderadas en sus decisiones relacionadas con la maternidad.

3.1 El Poder de la Comunicación para la Democratización de Servicios de Salud

La comunicación inclusiva y accesible es fundamental para garantizar que la información sobre la lactancia materna llegue a todos los sectores de la sociedad, especialmente en contextos donde persisten brechas significativas en el acceso a los servicios de salud, como ocurre en muchas regiones del Ecuador. Más allá de la divulgación de información, la comunicación se convierte en una herramienta transformadora que visibiliza desigualdades, promueve la equidad y permite que las madres puedan acceder a información clara, libre de prejuicios y adaptada a sus contextos culturales. Este enfoque es crucial para reducir las desigualdades estructurales que afectan tanto la maternidad como la lactancia materna.

En Ecuador, donde las disparidades sociales todavía representan un desafío importante, democratizar los servicios de salud relacionados con la lactancia no puede limitarse únicamente a la disponibilidad de recursos. Es necesario implementar procesos de comunicación efectivos que conecten las necesidades de las mujeres y los recursos disponibles, con la estructura social y cultural que se maneja. En este sentido, la comunicación desempeña el papel de visibilizar la insuficiencia de asesorías de lactancia en hospitales públicos, la falta de información culturalmente relevante para comunidades indígenas, la escasez de espacios de apoyo y atención, y la poca o nula consideración a las realidades alternas de madres que no pueden dar de lactar. El propósito de la comunicación, en sí, recae en generar presión pública que impulse cambios sistémicos en la atención sanitaria. Y, a la par, comunicarlo de manera que conecte y genere confianza en todas las mujeres, independientemente de su contexto.

A su vez, el papel de los comunicadores, en este contexto, resulta tan crucial como el de las instituciones públicas. El trabajo de los comunicadores implica analizar y comprender las características y necesidades de las audiencias objetivo para adaptar los mensajes de manera efectiva. Se utiliza como base la empatía para evitar perpetuar estigmas o expectativas irreales en torno a la maternidad y la lactancia, como ha sucedido hasta el momento a partir de iniciativas gubernamentales y de ONG's con un enfoque discriminatorio a la diversidad de maternidades y realidades, lo que se comentará a profundidad próximamente. El enfoque debe ser la autonomía de las mujeres y el respeto a sus decisiones, sean estas optar por la lactancia materna o por alternativas de alimentación infantil. Un enfoque ético y nuevo fortalece la confianza en los mensajes porque logra conectar de mejor manera con las mujeres debido a sus necesidades reales.

Asimismo, es esencial que las estrategias que se planteen no sean unilaterales; la comunicación debe ser bidireccional, permitiendo que las madres expresen sus necesidades,

dudas y preocupaciones. Esto garantiza que la información sea pertinente y efectiva, y contribuye al objetivo de empoderar a las mujeres al hacerlas sentir parte activa de su proceso de toma de decisiones.

La comunicación efectiva en torno a la lactancia materna y la maternidad no solo se centra en informar, sino también en transformar. Darles a las mujeres información clara, pertinente y respetuosa, visibilizar sus necesidades, y darles acceso a recursos estatales de calidad, es hacer válidos sus derechos. Esto no solo beneficia a las madres, sino también a sus hijos y a la estructura social, porque una maternidad que se lleva en paz tiene efectos en todos los ámbitos, al ser esta la base de la sociedad.

3.2 Estrategias de Comunicación Aplicadas a la Promoción de Derechos

La promoción de los derechos de las mujeres en la maternidad requiere estrategias de comunicación estratégicas que movilicen a la sociedad hacia un cambio estructural. Las campañas con enfoque en responsabilidad social y derechos suelen contener acciones como divulgación de información de manera masiva a través de redes sociales y medios tradicionales, talleres comunitarios y distribución de materiales educativos, entre otras. Estas acciones concretas son parte de estrategias adaptadas a cada causa y sus necesidades. Para el objetivo de la campaña que se desea plantear, que busca que su alcance a largo plazo sea la creación de políticas públicas que hagan posible el acceso a recursos a través del Estado, es necesaria la estrategia de Lobbying. Asimismo, la sensibilización social, así como la concientización dirigida a las madres con relación a sus derechos, planea lograrse a través de la Educomunicación.

Lobbying en favor de los Derechos de las Madres

El Lobbying es “una actividad que implica la interacción entre individuos o grupos y funcionarios gubernamentales con el fin de influir en la formulación de políticas públicas, legislación o reglamentos” (Arregui, 2024). La estrategia recae en un diálogo estratégico con legisladores, funcionarios y otros tomadores de decisiones. Esta herramienta puede ser un recurso efectivo para promover derechos fundamentales relacionados con la maternidad y la lactancia, al permitir que las necesidades de las madres sean visibilizadas en las agendas políticas.

Organizaciones como UNICEF y diversos colectivos locales implementan estrategias de lobbying para impulsar la creación y fortalecimiento de leyes que protejan los derechos de las madres lactantes. Estas iniciativas han abogado por medidas como la implementación de licencias de paternidad, y la implementación de salas de lactancia en los lugares de trabajo (UNICEF, 2022 & MSP 2023).

El enfoque de esta estrategia se logra a través de la humanización de las problemáticas con una narrativa que apele a la emocionalidad y la conexión tanto con la ciudadanía como con la legislación. Así también, una presión constante del vocero y los involucrados, en este caso específico, las mujeres y madres; esta es tan fuerte y constante que logra influir en la agenda del Estado. Desde la consideración política gracias a los esfuerzos de la comunicación, un cambio real es posible.

Educomunicación: El camino para el Reconocimiento de Derechos

La Educomunicación “significa educar para la comunicación, es dar a los individuos conocimientos y herramientas para que ellos mismos sean capaces de pensar críticamente” (Vieira Ribeiro, 2022). En sí, es un enfoque que integra la educación con estrategias de

comunicación participativas en comunidad para crear procesos de aprendizaje en contextos específicos. En el contexto de la lactancia materna, esta estrategia resulta relevante ya que no solo informa a las madres sobre sus derechos y opciones, sino que también sensibiliza a la sociedad en general sobre la importancia de respetar las decisiones individuales en torno a la maternidad y la lactancia.

La educomunicación es particularmente efectiva para abordar temas que pueden llegar a ser controversiales, como la lactancia materna desde una perspectiva de igualdad de género, ya que fomenta el diálogo, la reflexión y la inclusión de diferentes actores sociales y realidades. Es un enfoque flexible que puede adaptarse a distintos contextos, a través de la utilización de diversas plataformas como talleres comunitarios, medios digitales, radio y materiales impresos, lo que amplía su alcance y contribuye a reducir las barreras de acceso a información sobre lactancia materna y maternidad en general.

La educomunicación es la estrategia base de cualquier campaña comunicacional enfocada al cambio en relación a desigualdades. Lo principal para eliminar estigmas es la educación, y llegar a quienes toman decisiones a través de la conciencia colectiva de que existe algo que cambiar. En este sentido, la educomunicación funciona de dos maneras específicas: informando a la gente de sus derechos y los derechos vulnerados de otras personas para que alcen la voz, y dándoles recursos a quienes se ven afectados por la problemática para que expresen sus preocupaciones, dudas y experiencias, creen una comunidad, y tomen decisiones libres e informadas.

3.3 Campañas Previas sobre Lactancia en Ecuador

Para comprender el impacto que tiene la comunicación en la promoción de derechos relacionados con la lactancia y la maternidad, es fundamental analizar el papel que han

jugado diversas campañas en Ecuador. Estas campañas han sido clave para dar visibilidad a la importancia de la lactancia materna, generar conciencia en la población y combatir ciertos estigmas relacionados con este proceso. Sin embargo, aunque existen iniciativas comunicativas importantes que han contribuido a educar y sensibilizar a la sociedad sobre la relevancia de la lactancia, hasta ahora no se ha abordado con un enfoque claro en la perspectiva de género ni en los derechos de las mujeres para elegir cómo ejercer su maternidad, y se ha considerado poco o nada a las realidades diversas.

Algunas de las campañas más representativas relacionadas a la lactancia materna en el país son:

1. “Tu leche es amor” (UNICEF Ecuador, 2013)

A través de su slogan: “¡Únete y defiende la lactancia materna, el mayor regalo y acto de amor hacia los niños y niñas!” (UNICEF Ecuador, 2013), esta campaña tiene un enfoque en la lactancia materna exclusiva. Realmente podría llegar a ser problemática por su connotación negativa ya que muestra que la única forma de demostrar amor a tu hijo es a través de la lactancia, y podría generar sentimientos de culpa a quienes no tienen la posibilidad de hacerlo por un sinnúmero de condiciones.

2. “Dale Pecho, Dale Vida” (IESS, 2019)

La campaña manejaba una especie de concurso en el que se premiaba a madres que han mantenido la lactancia materna exclusiva durante los primeros 6 meses de vida de su hijo, razón por la que este se encontraba saludable (IESS, 2019). Esta campaña, nuevamente con enfoque en promover la lactancia materna exclusiva como único método, así como al niño lactante exclusivo como único niño sano, puede traer una profunda

culpabilidad a las madres que no han logrado mantenerla por diversas razones que pueden o no estar en sus manos.

3. “Lactancia Materna Sí” (Ministerio de Salud Pública, 2022 – actualidad)

Una vez más, el enfoque de esta campaña es la lactancia materna exclusiva. Presenta recursos y los cambios que se han generado en los espacios públicos y laborales para facilitar la lactancia (lactarios, períodos de paternidad). Así también, muestra casos de éxito con la lactancia materna (MSP, 2022). Aunque es un enfoque que muestra acciones para facilitar la lactancia, discrimina las alternativas y deja de lado las realidades de quienes no han podido dar de lactar.

4. Semana Mundial de la Lactancia Materna – “Cerrando la Brecha” (Ministerio de Salud Pública, 2012 – actualidad)

De la misma manera, cuenta con un enfoque en la lactancia materna exclusiva. Es una iniciativa a nivel mundial que se desarrolla año tras año, siempre con temáticas diferentes pero relacionados estrechamente a la lactancia materna como única opción. El de este año específicamente, tenía un enfoque en la lactancia en situaciones de emergencia (MSP, 2024). Desde la perspectiva de derechos, se abordó de una manera muy problemática, ya que se establece la lactancia como posible y la mejor y única opción en todas las situaciones, ya que la leche no se ve afectada aunque la madre si lo esté. El bienestar de la mujer se deja de lado completamente, y no se consideran los efectos que esto podría tener en ella, tanto física como psicológicamente, y a largo plazo, incluso en su hijo.

5. Proyecto Semilla (USFQ, 2024)

El Proyecto Semilla tiene un enfoque mucho más amigable con las realidades de las madres. Este se dedica a la democratización de la lactancia materna a través de recursos públicos que enseñen a las madres a manejar la lactancia. Sin embargo, al contar con recursos muy limitados, especialmente del Estado por falta de personal y espacios, el enfoque sigue siendo de priorización de la lactancia exclusiva como único método, porque realmente las mujeres y niñas con las que se trabaja no pueden tener acceso a alternativas, ya que no existen de manera estatal ni en sus comunidades (Proyecto Semilla, 2024).

Este vacío es precisamente el espacio en el que la campaña que se propone tiene un enfoque diferenciador. A diferencia de las iniciativas previas, que han sido exitosas en generar información y crear conciencia en temas específicos sobre el tabú de la lactancia y su necesidad nutricional, esta propuesta busca incorporar un enfoque que visibilice los derechos de las mujeres y el derecho a una maternidad libre de culpa. Así también, visibilizar distintas realidades y situaciones que probablemente no sean muy lejanas a nuestras propias realidades, en la que se prioriza el bienestar de la madre y su hijo más allá de una línea de lactancia exclusiva ideal, que puede no ser alcanzable.

Así también, desde la Asamblea Nacional y el mismo Ministerio de Salud, se han intentado iniciativas que demonizan las alternativas de la leche materna. Como se mencionó en el capítulo anterior, en el 2023, se emitió un comunicado que censuraba al medio “Metro Ecuador” por “promover” la compra y venta de sucedáneos de leche materna, lo que podía tener efectos negativos en la salud de los niños. El medio fue obligado a retirar sus publicaciones y multado por incumplimiento de ley (MSP, 2023). Así también, y de manera muy reciente, la Asamblea Nacional hizo el intento de pasar una ley que vetaba la venta de alternativas a la leche materna y las limitaba a un certificado médico para poder acceder a

estas. El presidente Daniel Noboa impuso un veto total a la ley, ya que consideraba que esta no era la solución e iba a contribuir a la problemática de desnutrición infantil (Primicias, 2024). Esta ley era un golpe a los derechos desde todas las dimensiones. Además de lo mencionado por el presidente Noboa, el sistema de salud pública en el Ecuador tiene tantas falencias, que conseguir un certificado para las situaciones que para la Asamblea Nacional eran válidas, hubiese sido una tarea imposible. Pero sobre todo, ¿por qué tendría este organismo del Estado la potestad de decidir sobre la vida y las decisiones y necesidades de las mujeres? Este intento completamente patriarcal de control y sumisión demuestra la necesidad de campañas con enfoque de género en relación a la maternidad.

Al trabajar en un enfoque de género y derechos humanos, la campaña busca crear un diálogo inclusivo que permita a las madres acceder a información libre de prejuicios, acompañarlas en sus decisiones y garantizar que estas puedan ejercer su maternidad de manera libre, informada y sin culpa. Por lo tanto, aunque la comunicación en torno a la lactancia ha sido clave en el pasado para generar conciencia social, es necesario dar un paso más al integrar esta perspectiva, con el objetivo de garantizar equidad, inclusión y derechos en la maternidad.

Capítulo 4: Campaña de Comunicación “Lactancias Imperfectas”

Como pudimos ver, la maternidad es una experiencia profundamente personal, compleja y atravesada por múltiples factores sociales, culturales, económicos y emocionales. Sin embargo, el discurso público en torno a este proceso suele estar atravesado por idealizaciones, roles de género y estigmas que dificultan vivirlo en libertad y paz. En este sentido, la lactancia materna ocupa un lugar central, pero no se ha visto hasta el momento iniciativas desde una perspectiva integral que considere a las mujeres y sus derechos y bienestar como pilar fundamental, aunque son ellas quienes atraviesan todo este proceso. En base a esto, se propone la creación de una Campaña de Comunicación para la Visibilización y Promoción de la Lactancia Materna y sus procesos como un Derecho que se goce sin culpabilidad.

“Lactancias Imperfectas”, es una iniciativa pensada para resignificar la lactancia desde el enfoque de derechos, salud pública y género, a través de la Educomunicación y tácticas de Lobbying como herramientas clave para llegar a los espacios que presentan más necesidad, y generar un alto impacto replicable a través de todo el sistema de salud. La campaña se desarrolló en los cantones Rumiñahui y Mejía del Distrito de Salud 17D11, en centros de salud públicos. Involucró tanto a madres como a personal médico, familias, aliados estratégicos y medios de comunicación. Se abrieron espacios de diálogo y acceso a información verídica, se reforzaron sistemas de apoyo y se sensibilizó a la comunidad en los procesos de lactancia materna.

4.1 Presentación de la Campaña

4.1.1 Pertinencia de la Campaña

“Lactancias Imperfectas” surge de la necesidad de visibilizar un problema naturalizado: la alienación de las madres en su propio proceso de lactancia, y la carga emocional, física y social que esto implica. Si bien existe un fuerte discurso institucional que dice buscar la promoción de la lactancia, lo que ha generado varias campañas previas sobre lactancia desde el Estado, estas han tenido un enfoque meramente nutricional y con el bebé como eje central. Es por esto, que la experiencia de muchas mujeres está marcada por la culpa, la soledad, la desinformación y el juicio constante de su entorno a sus decisiones.

Es pertinente hablar de la lactancia desde el enfoque de derechos e igualdad de género porque la maternidad y la lactancia es un área en la que no se piensa al hablar de igualdad, ya que termina siendo un tema “solo de mujeres”. La realidad es que indagar las implicaciones de los roles de género en la maternidad logra una comprensión más alta del proceso a nivel sociedad, lo que crea un apoyo constante a este proceso, que lo ayuda a prosperar. Esto, además de ser positivo para la salud mental de las mujeres, llega a tener efectos en todos los ámbitos de la salud pública. Lo que esta busca activamente es mantener lactancias sanas y prolongadas, pero la promoción de la lactancia como un proceso positivo, y no ir más allá, es completamente insuficiente. Es necesario hablar de las implicaciones del proceso y cómo se puede apoyar y hacerlas más llevaderas, y convertirlo en un tema que implique a todos para realmente construir lactancias sostenibles.

Desde una perspectiva académica, la campaña representa una contribución innovadora al campo de la comunicación para la salud y la promoción de derechos. A diferencia de otras campañas centradas únicamente en la nutrición del bebé o en mensajes normativos,

“Lactancias Imperfectas” pone en el centro a la mujer como sujeto de derechos, y reconoce sus emociones y decisiones. Se configura de dos ejes claves, la información verídica y relevante y la vinculación con la comunidad, con un alto potencial de replicabilidad, que responde a la necesidad de modelos comunicacionales sensibles al contexto, con enfoque de género y con base en el trabajo en territorio.

4.1.2 Enfoque Sostenible

Uno de los pilares fundamentales de esta campaña fue su alineación con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 5: Igualdad de Género. La lactancia materna, lejos de ser solo un acto natural, está profundamente atravesada por construcciones sociales que asignan a la mujer el rol exclusivo de cuidadora, bajo una lógica de sacrificio.

“Lactancias Imperfectas” trabaja para revertir estas desigualdades, a través de la promoción del derecho de las mujeres a ser informadas, a recibir apoyo oportuno, a la vida social, la autonomía, a participar en decisiones que tengan efectos en su vida, su cuerpo y su comunidad, y a ejercer su maternidad sin culpa ni presiones. La campaña no solo informa, sino que empodera, construye comunidad y transforma la manera en que las mujeres se relacionan con sus propios cuerpos y con los sistemas de salud.

El enfoque de género aplicado permitió visibilizar cómo muchas veces se dejan de lado las necesidades físicas y emocionales de las mujeres en función del bienestar del bebé, y cómo esta lógica puede ser profundamente dañina para ambos. La campaña reivindica que sostener una lactancia también implica cuidar a quien vive el proceso en cuerpo y mente, y que la salud física y mental de la madre es indispensable para garantizar una lactancia.

4.1.3 Enfoque Social

Con todo lo expuesto anteriormente, entendemos que la problemática recae en que muchas madres enfrentan diversas dificultades en su experiencia de lactancia, y la sociedad, en lugar de reconocer esas realidades, continúa reproduciendo la idea de que la lactancia debe ser un proceso completamente instintivo, perfecto y sin dificultades. Esta visión idealizada genera una presión adicional sobre las mujeres, quienes al no cumplir con esa expectativa sienten que han fallado. La falta de reconocimiento de la lactancia como un derecho de la mujer produce una carga emocional profunda, que se traduce en culpa. La madre, entonces, deja de ser vista como una persona con necesidades propias y pasa a ser evaluada únicamente por su capacidad de alimentar.

Esta situación no solo tiene efectos a nivel individual o a nivel madres, sino que también revela un déficit estructural en el sistema de salud. En el ámbito de la salud pública, las madres enfrentan una profunda carencia de información verídica, de espacios de acompañamiento empático y de recursos que garanticen su autonomía. Esto refuerza la idea de que lactar es una responsabilidad individual de la madre, invisibilizando las condiciones sociales, emocionales y económicas que inciden en el proceso.

“Lactancias Imperfectas” parte, en este sentido, de la urgente necesidad de garantizar el acceso a información verídica, la creación de sistemas de apoyo, y el reconocimiento de que las mujeres tienen derecho a vivir su lactancia con dignidad y autonomía. Desde esta perspectiva, se propone visibilizar la maternidad como una experiencia compleja que no debe ser vivida en soledad ni bajo juicio, sino acompañada con respeto, conocimiento y comunidad.

El enfoque social de la campaña busca transformar el entorno que rodea a la lactancia, para que sea un espacio donde el derecho a decidir y el bienestar de la madre también sean prioridades.

4.1.4 Enfoque Comunicacional: Modelo para la Promoción de Derechos y el trabajo en Salud Pública

La campaña propone un nuevo modelo comunicacional para la promoción de derechos en salud pública, con el trabajo en territorio como base. Se sustenta en cuatro componentes clave:

1. **Género:** La comunicación no puede ser neutral en un contexto de desigualdades estructurales. El enfoque de género abre la puerta a analizar críticamente diversos ámbitos desde los roles de género y la equidad, que probablemente no se han visto antes. En el contexto de la campaña, reconocer que la maternidad es vivida de manera diferente según las condiciones sociales, económicas y culturales aporta a encontrar un enfoque específico para el contexto en que se trabaja. Así también, trabajar los “temas de mujeres” relacionados a la salud desde una perspectiva que implique a todos, y así formar comunidad y lactancias realmente exitosas.
2. **Salud Pública:** El trabajo de la mano de autoridades en salud es prioridad para tener un alcance realmente significativo. “Lactancias Imperfectas” se vinculó directamente con centros de salud públicos del Distrito 17D11 Rumiñahui-Mejía, y profesionales médicos de todas las especialidades para abrir paso al aprendizaje y servicio desde la empatía. Una herramienta clave fue la incorporación de un profesional específico para cumplir los objetivos del proyecto, ya que desde el punto de vista profesional y moral, es necesario reconocer los límites que harían que el proyecto tenga falencias.

Contamos con la colaboración de una asesora de lactancia certificada que además es profesional de la comunicación como parte del equipo para dotar de rigurosidad técnica a los contenidos y capacitaciones. Se busca darle relevancia a la comunicación en ámbitos en la que todavía está subestimada.

3. **Campañas Previas:** Es importante buscar enfoques diversos en problemáticas que parece que ya están trabajadas, pero de las que ciertamente aún queda mucho por trabajar, aunque probablemente no desde el mismo punto de vista. “Lactancias Imperfectas”, a diferencia de campañas ya realizadas centradas en la nutrición infantil, abordó la lactancia desde un enfoque integral, reconociendo la emocionalidad, el deseo, el contexto y los derechos de la madre como elementos centrales.
4. **Trabajo en Territorio:** El trabajo en territorio es el pilar fundamental de todo este proceso. En una era digitalizada, abrir espacios reales, dar voz a las experiencias no escuchadas, y acercarse a las personas en condiciones más vulnerables crea un nuevo sentido de cercanía y confianza. Esto garantiza crear una experiencia auténtica y transformadora. Para la campaña, ir hacia las madres con información y técnicas de empoderamiento hizo la diferencia, porque donde hay más déficit es donde hay que llegar de manera personal a trabajar mano a mano con los beneficiarios.

A través de esto, se promueve una comprensión más crítica del rol de la comunicación en la promoción de derechos y el cambio social. El trabajo en territorio como base de un proceso comunicacional no solo permite generar resultados tangibles, sino también reflexionar sobre las limitaciones y oportunidades de las campañas institucionales actuales, para proponer una nueva forma de hacer comunicación en salud y derechos.

4.2 Metodología de Investigación Cualitativa

4.2.1 Revisión Teórica

A través de la revisión bibliográfica, obtuvimos insights que ponen en evidencia cómo se maneja la concepción de la lactancia en el contexto ecuatoriano. Se utilizaron estos principalmente para definir la necesidad que impulsaría la campaña:

“En **comunidades rurales**, no haber logrado mantener una lactancia es visto como "una salida fácil" o "falta de esfuerzo” (Chávez Macías, 2024).

“En **contextos urbanos**, la falta de información real ha provocado la idea de que la lactancia es un proceso intuitivo, lo que ha generado una dinámica de "*damned if you do, damned if you don't*", donde cualquier decisión de la madre es criticada” (Doonan, 2022).

“Factores como la **pobreza**, el **embarazo adolescente**, el rol social de la “**madre tradicional**”, y el **tabú de hablar sobre el cuerpo de la mujer** y sus **necesidades** dificultan su desarrollo” (Chávez Macías, 2024; INEC, 2022 & Loayza Et. al., 2022).

“La literatura latinoamericana contemporánea describe una representación social recurrente: “**la madre no normativa**”, entendida como aquel individuo femenino que no puede o no quiere seguir los **mandatos que la sociedad le impone a las mujeres para ser reconocidas como madres**” (Loayza Et. al., 2022).

Esto, ha puesto en evidencia que la connotación cultural de la lactancia en Ecuador refuerza la idea de que la mujer debe sacrificarse para alimentar a su hijo.

Así también, se utilizaron fundamentos teóricos comunicaciones para el desarrollo de la campaña. En primer lugar, se analiza el rol de la Educomunicación para la promoción de derechos como una herramienta que apoya el pensamiento reflexivo, la autonomía y el

empoderamiento. Según Vieira Ribeiro (2022), la promoción de derechos desde la comunicación implica entregar herramientas que permitan a las personas comprender sus contextos, identificar injusticias, defender sus necesidades y abogar por sus derechos.

De la misma manera, se analiza la posición del Lobbying como una herramienta transformadora que visibiliza desigualdades estructurales y las introduce en las agendas políticas. Esto hace posible implementar procesos de comunicación efectivos que conecten las necesidades de las mujeres y los recursos disponibles, con la estructura social, cultural y política que se maneja (Arregui, 2024).

Finalmente, se revisaron antecedentes de campañas previas, y se concluye que se aborda únicamente la temática desde una lógica normativa, centrada exclusivamente en la nutrición del bebé, sin contemplar el contexto de la madre. Esto permitió identificar vacíos en el discurso y proponer un enfoque alternativo, más humano, cercano y dentro del contexto en el que se quería trabajar.

4.2.2 Investigación

La metodología utilizada para la investigación fue cualitativa, además de la revisión bibliográfica previamente desglosada. Se optó por un enfoque centrado en la comprensión profunda de las experiencias, percepciones y necesidades de los distintos actores involucrados. Se trabajó principalmente a través de tres métodos:

- **Etnografía en territorio:** Esta fase incluyó observación participante en centros de salud, interacción directa con madres, sus familias, y personal médico involucrado directamente con lactancia, y registro de dinámicas comunitarias.

- **Entrevistas a expertos y público objetivo:** Se entrevistó a dos asesoras de lactancia certificadas con enfoques similares, pero una con experiencia en el contexto hospitalario y salud pública, médicos practicantes y en entrenamiento, y madres lactantes, con el fin de comprender sus necesidades, percepciones, expectativas y experiencias.
- **Grupos focales con madres lactantes y gestantes:** Se creó un espacio de diálogo para encontrar similitudes en las experiencias maternas, y se identificaron las necesidades y los consejos más relevantes para las mamás.

4.2.3 Resultados importantes

A través de todos los procesos de investigación, se logró identificar algunos factores y experiencias relevantes que se utilizaron de base para el desarrollo de la campaña:

- Antes de ser mamás, las mujeres reportan que ninguna tenía idea de a lo que se iba a enfrentar, ni que debían informarse y prepararse.
- “Los médicos y enfermeras no saben nada de lactancia”. - Todas tienen experiencias de terror con distintos tipos de profesionales médicos.
- Muchas sienten que han llegado a su “Lactancia Exitosa”, pero que su enfoque si está 100% en su hijo porque “así debe ser”. Perder la autonomía al convertirse en madres se ha normalizado.
- Sus sistemas de apoyo se basan principalmente en sus padres que cuidan a sus hijos, y sus amigas. Las parejas no son mencionadas en primera instancia.
- El derecho a la lactancia es extremadamente vulnerado por gente sin conocimiento. No hay normativa que la proteja explícitamente fuera del ámbito laboral.

- No hay homogeneidad en la información sobre lactancia, muchas veces es basada en mitos.
- Hay sororidad entre madres informadas - no se critican decisiones.

4.3 Diseño, Planificación y Ejecución de la Campaña

En base a una comprensión clara de la más grande necesidad en relación a la lactancia, eliminar la culpa en los procesos y darles la confianza a las madres de que lo están haciendo bien, nace **“Lactancias Imperfectas”**.

Este nombre apela a la necesidad de hablar de procesos “imperfectos” como reales y legítimos. Se propone romper con la narrativa de la lactancia como proceso idealizado y mostrar que cada experiencia tiene valor propio, sin necesidad de cumplir con estándares impuestos desde fuera.

4.3.1 Concepto

La campaña se construye bajo la idea de que No existe un esquema “perfecto” de lactancia porque cada proceso es distinto. De la misma manera, se habla de que cada lactancia es perfecta en su propia realidad; lo realmente importante es que mamá y bebé estén bien.

A través de este significado, se busca que mamá se empodere de su proceso único, y lo lleve sin culpa bajo sus propias reglas, porque ella es la que mejor conoce sus necesidades. Y con esto, se busca visibilizar las realidades maternas y promocionar la Lactancia como un Derecho que se goce sin culpabilidad.

4.3.2 Logotipo y Justificación

El logotipo de “Lactancias Imperfectas” utiliza tipografía manual que se lee claramente para tener un logo fácilmente legible e identificable. Sin embargo, a tipografía en “IMPERFECTAS” ha sido modificada para evocar esta imperfección a través del ligero desorden que muestra. Incorpora elementos dentro de las palabras como las gotas en la esquina superior derecha que representan la leche materna, y el corazón fusionado con la madre lactando para incorporar este elemento clásico de la lactancia relacionada al amor, pero con el adicional de que llega a representar el bienestar de mamá y bebé como un todo. Este elemento se ha utilizado a través del proceso como un isotipo para incorporar la marca en todo el material y contenido producido.

Los colores seleccionados, rojo y rosado, están tradicionalmente relacionados a la mujer y la maternidad. Por el público al que nos dirigimos, era importante que puedan relacionar fácilmente los colores con lo que se iba a trabajar en las capacitaciones para que sientan que lo comprenden de mejor manera. La ilustración final se ve así:

LOGOTIPO



ISOTIPO



4.3.3 Mapa de Públicos y Aliados Estratégicos

Grupo de Interés	Actores	Relación/Objetivo
Público Objetivo	Madres lactantes y gestantes (beneficiarias)	Capacitar sobre lactancia y derechos
	Familias y Sociedad	Crear sistemas de apoyo para las madres, eliminar el estigma y los juicios a la lactancia
	Personal Médico	Capacitar sobre acompañamiento a las madres en período de lactancia y comunicación empática
Aliados Estratégicos	Distrito de Salud 17D11 Rumiñahui-Mejía	Espacio y coordinación para llegar a los centros de salud en su jurisdicción
	Isabel Palacios - Asesora de Lactancia Certificada	Respaldo técnico de la Campaña. Aliada para dar las capacitaciones con la mejor información
Auspiciantes	Marcas de bienestar materno, del infante y del hogar	Impulsar la campaña a través de la donación de producto para el evento y las madres

Formadores de Imagen	Medios de Comunicación Tradicionales	Difusión de la iniciativa y sensibilización de la comunidad a la causa
Organismos de Control	Ministerio de Salud Pública	Autorización para implementar la campaña en los centros de salud
	Municipio de Rumiñahui	Autorización para uso del espacio público

4.3.4 Planificación de la Campaña

4.3.4.1 Fases de la Campaña

Fase 1: Creación de Alianzas

En esta fase fue condicionante a la dirección de la campaña y la manera en la que se ejecutó. Se seleccionó el Distrito en el que se trabajaría (17D11 Rumiñahui-Mejía) y se comenzó con el proceso burocrático de coordinar los espacios y los públicos para las capacitaciones. Para esto, se emitió un oficio (Anexo 1) y una planificación extensiva de lo que se realizaría en el proceso de la campaña (Anexo 2). La autorización y selección de espacios preliminares óptimos y con mayor necesidad tardó alrededor de un mes, pero fue cambiante durante el desarrollo de la campaña. Se habló con tres encargados distintos para llegar a la persona quien realmente es la tomadora de decisiones sobre campañas. Finalmente, se seleccionaron cinco centros de salud para capacitaciones a madres, y un centro de salud para capacitación al personal médico.

A su vez, tras la entrevista a expertos que se tuvo con Isabel Palacios, se retomó el contacto para convocarla como vocera de la iniciativa y capacitadora. La alianza fue aceptada.

Finalmente, con un público identificado y una causa clara, se gestionó la noticiabilidad en medios a través de tres boletines de prensa distintos dependiendo del tipo y/u objetivo del medio al que se hacía el acercamiento (medio local, sensibilización de la comunidad en temas de género, invitación al cierre de campaña próximo) (Anexo 3).

Fase 2: Desarrollo y Difusión

A partir de mediados del mes de marzo, se comenzó con la implementación de las tácticas de campaña. Se realizaron las 6 capacitaciones en los centros de salud hasta finales de abril, y en esta misma temporalidad se generó noticia en 6 medios, tanto radio como televisión y prensa escrita.

Al mismo tiempo, se gestionó la presencia en redes como una forma de llevar evidencias de los procesos de la campaña, y mostrar la realidad de cómo se manejan las capacitaciones en salud pública.

Fase 3: Cierre

Se preparó un evento de cierre de campaña como una última táctica de sensibilización a la comunidad, y a su vez una forma de culminar las actividades de manera memorable.

Para esto, se gestionaron auspicios desde principios de abril para crear una jornada de concientización a través del juego y la interrelación. A su vez, en redes se creó una convocatoria para que nos visiten en el evento.

Posterior al evento, en redes se subió todo el contenido referente a la recordación de lo que fue la jornada de lactancia materna y qué aliados y auspiciantes hicieron posible la iniciativa en general.

4.3.4.2 Objetivos

Objetivo General del Proyecto

Desarrollar e implementar una Campaña de Comunicación sobre Equidad en la Lactancia Materna basada en Derechos, en al menos 5 Centros de Salud del Distrito Rumiñahui-Mejía en un periodo de 2 meses.

Objetivo de la Campaña

Promover el derecho de las mujeres a una lactancia materna informada y libre de culpa, a través de la visibilización de las diversas realidades y necesidades en la maternidad, y el acceso a información en un período de 2 meses.

Objetivos Específicos

- Sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del apoyo a las madres lactantes y sus necesidades al conseguir 200 seguidores en las redes sociales de la Campaña en un período de 2 meses.
- Difundir información basada en evidencia sobre los derechos de las mujeres en relación con la lactancia materna a través de la realización de 5 charlas o talleres en los 10 Centros de Salud del Cantón Rumiñahui-Mejía entre marzo y abril de 2025.
- Fomentar la creación de espacios de apoyo y redes de acompañamiento para madres lactantes con la realización de 1 evento de cierre en el Parque Central Juan Salinas, que convoque al menos a 60 personas en el mes de abril.

- Involucrar a 5 medios de comunicación, 5 auspiciantes, y 1 entidad pública (Distrito de Salud 17D11) en la promoción de información y prácticas que favorezcan la equidad en la lactancia materna.

4.3.4.3 Estrategia

La forma en la que se planifica realizar la campaña es a través de 5 aristas claves del proyecto para lograr llegar a todos los públicos y los objetivos establecidos. Estas son las tácticas planificadas:

Capacitaciones – Pilar fundamental al ser el componente más importante de la campaña el trabajo en territorio.

Medios – Difusión de la iniciativa y sensibilización de la comunidad y sociedad en general.

Estrategia Digital – Evidencia del trabajo realizado y contenido sobre el trabajo en la salud pública.

Evento – Cierre de Campaña y concientización a la comunidad.

Activación – Involucrar a la comunidad para hablar de Lactancia.

4.3.5 Ejecución de la Campaña

4.3.5.1 Capacitaciones

Para las capacitaciones (Anexo 4), se trabajó en dos formatos distintos dependiendo del público al que iban dirigidas:

1. **Para madres y familias:** El ABC de TÚ Lactancia vivida en Derechos (5 capacitaciones realizadas, +50 madres y acompañantes).

- 2. Para personal médico:** ¿Cómo hablar de Lactancia con tus pacientes? Comunicación Empática y bases sobre Lactancia Materna para acompañamiento (1 capacitación realizada, 20 profesionales médicos).

Capacitación “El ABC de TÚ Lactancia vivida en Derechos”

Se realizó en:

CENTRO DE SALUD SELVALEGRE



CENTRO DE SALUD CUTUGLAGUA

CENTRO DE SALUD SANGOLQUÍ



CENTRO DE SALUD COTOGCHOA



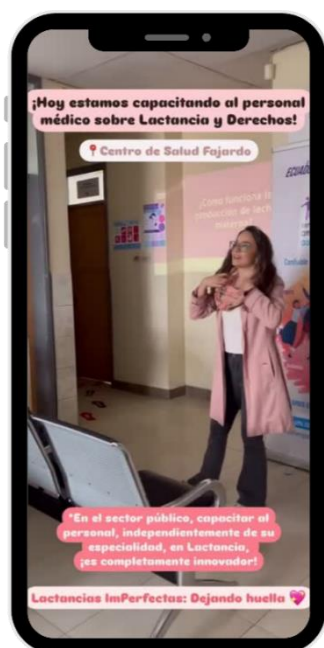
CENTRO DE SALUD RUMIPAMBA



En estas capacitaciones se les hablaba a las mujeres de sus derechos como mujer y madre, y se les daba herramientas para saber cómo defenderlos y exigirlos. A sus parejas y familias, se les enseñaba cómo pueden ayudar, ya que en sí no pueden vivir el proceso de lactancia en carne propia y alimentar a los bebés, pero puede hacer todo lo otro referente al cuidado del niño para quitarle a la madre este peso adicional.

Capacitación “¿Cómo hablar de Lactancia con tus pacientes? Comunicación Empática y bases sobre Lactancia Materna para acompañamiento”

Se realizó en:



CENTRO DE SALUD FAJARDO

Este tipo de capacitación marcó un precedente altamente replicable en todo el sistema de salud, tanto público como privado. El personal de salud, independientemente de su especialidad, debe aprender de lactancia materna para saber responder preguntas y acompañar a las madres que podrían ser sus pacientes. No es un tema aislado a quienes tratan temas relacionados exclusivamente con maternidad, ya que estas mujeres pueden llegar a ser pacientes de otras especialidad y necesitar acompañamiento.

Los médicos tenían varias preguntas y este fue el espacio perfecto para responder sus dudas y así crear agentes de cambio que pueden ser la razón por la que una lactancia se salva, ya que este profesional pudo cuidarla.

4.3.5.2 Medios

La iniciativa llegó a seis medios, entre estos 4 espacios radiales, 1 programa de televisión y 1 artículo de prensa escrita por publicar, que abrieron su espacio para hablar de Lactancia y Derechos y que la sociedad se sensibilice ante el tema, ya que se transmitía el mensaje de que la lactancia es un tema de todos, y sólo en comunidad podemos crear lactancias realmente sostenibles. Estuvimos en:

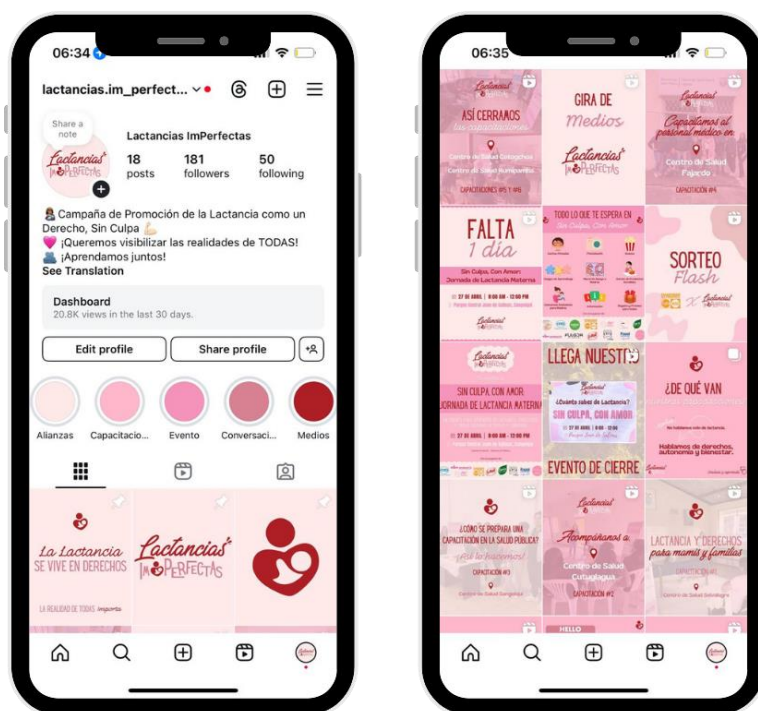
- Radio Súper K 1200 AM – Noticiero de medio día
- Tulive Radio – Segmento de Salud
- Radio Sucesos – Concierto Sentido
- Radio Quito – “Regresando” con Andrés Carrión
- Telesucesos – Mujer 360
- Diario Expreso – Desarrollo de una nota sobre la iniciativa



4.3.5.3 Estrategia Digital

Para la campaña, las redes sociales no fueron la herramienta principal debido al público objetivo de la iniciativa. De todas maneras, se utilizaron las redes para llevar un registro de las actividades que se realizaban y compartir cómo es el proceso de hacer capacitaciones en la salud pública y su necesidad.

Para Instagram, se trabajó bajo el usuario @lactancias.im_perfectas. Se utilizó una estética y colores basados en el logo de la campaña para mantener coherencia visual.



Las estadísticas de la página fueron estas (Anexo 5):

- Se llegó a un total de 180 seguidores al momento de finalizar la campaña.
- 7 416 cuentas alcanzadas, con 5 551 en los últimos 30 días, lo que significa un crecimiento del 80,2%.
- 33 569 visualizaciones.
- 690 interacciones.
- El tipo de contenido más popular fueron los reels.

Se trabajó en dos acciones específicas que impulsaron el crecimiento en redes de la mano de dos de nuestros auspiciantes:



- Un sorteo de una membresía de dos meses completamente gratuita en Gymboree Valle de los Chillos.
- Un en vivo de la mano de una de las marcas auspiciantes para hablar sobre Lactancia y Derechos Laborales.

El reel del sorteo fue nuestro contenido más visto llegando a 3,6K de visualizaciones (Anexo 5).

Las redes sociales, además, fueron una poderosa herramienta para generar conversaciones y formar alianzas. Varios de los auspicios se lograron a través de que las marcas se contactaban apasionadas por la iniciativa para apoyar de la manera en la que pudieran. Gracias a esto, se lograron auspicios con valores monetarios importantes.

4.3.5.4 Evento y Activación

Para el cierre de las actividades de campaña, se gestionó un evento público denominado “Sin Culpa, Con Amor: Jornada de Lactancia Materna”. Este se realizó el día 27 de abril en el Parque Central Juan de Salinas en Sangolquí. Tuvimos la presencia de más de 100 personas que participaron en juegos y dinámicas para aprender sobre lactancia materna y derechos, y cómo apoyar a las madres a nuestro alrededor.

Para lograrlo, se obtuvieron permisos a través del Municipio de Rumiñahui para el uso del espacio público (Anexo 6). A su vez, se hizo una convocatoria a través de redes sociales (Anexo 7), pero la gran mayoría de gente que se recibió fue aquella que iba a realizar actividades al parque (asistir a la iglesia, pasar la mañana, compras, etc). Como nuestro objetivo era mantenernos en el mismo espacio y con el mismo público con el que habíamos estado trabajando a lo largo del proceso, esta dinámica resultó perfecta.

Para hacer la participación en el evento más atractiva, todo aquel que se acercaba se llevaba un premio de nuestros auspiciantes. Algunos con suerte, se llevaban membresías de altos valores monetarios, artículos de maternidad costosos, o kits de hogar completos, pero nadie se iba con las manos vacías. Esto fue posible gracias a que 13 marcas (Anexo 8) creyeron en nuestra causa y decidieron apoyar la iniciativa.



Dentro del evento, contamos con una activación colaborativa denominada “Muro de Apoyo a todas las Lactancias” en el que las personas dejaban su mensaje de apoyo a las mamás. La activación se vio algo así, y estos fueron los mensajes que se obtuvieron:



4.3.6 Resultados e Impactos

La campaña alcanzó y superó varios de sus objetivos. Asimismo, se obtuvieron logros no esperados que le dieron más fuerza y poder a la causa.

En base a los objetivos planteados, “Lactancias Imperfectas” superó el objetivo de dar 5 capacitaciones, ya que se logró llegar a 6 centros de salud con información científica y herramientas para las madres.

En el caso del objetivo de la estrategia digital, no se llegó al total de 200 seguidores ya que a la fecha de corte de la campaña se obtuvieron únicamente 180. Sin embargo, la relevancia de este objetivo era llegar a la comunidad, y con un alcance de más de 7 000

cuentas y caso 700 interacciones, se podría decir que este objetivo se cumplió aunque de una manera diferente.

En cuanto al evento, se esperaba tener al menos 60 personas. Este objetivo se sobrepasó ya que se tuvo más de 100 participantes en el evento aprendiendo sobre lactancia y sensibilizándose ante la causa.

En cuanto a las relaciones públicas, podemos decir que los objetivos fueron superados, ya que se logró llegar a 6 medios cuando nos planteamos 5, conseguimos 13 marcas auspiciantes cuando esperábamos 5, e involucramos a 2 entidades del Estado (Distrito de Salud 17D11 y Municipio de Rumiñahui) cuando nos planteamos llegar a 1.

Finalmente, se obtuvieron logros que no estaban planificados durante el proceso. En primer lugar, el contacto con madres y marcas apasionadas por la causa que querían aportar. Nos compartieron cuánta cercanía sentían a través de su experiencia con la iniciativa. Gracias a esto, nos compartían en grupos de Facebook y entre sus amigas mamás, y logramos alianzas con auspiciantes que incluso días antes del evento nos contactaron para enviar producto porque realmente querían participar. Así también, el crecimiento al Cantón Mejía fue inesperado, ya que en un principio se planificó para realizarse únicamente en Rumiñahui, pero el Distrito solicitó que llevemos la causa más allá. Y por último, después de las entrevistas otros medios se acercaron a querer difundir la causa, lo que significó que el mensaje sí se estaba escuchando y transmitiendo.

CONCLUSIONES

La lactancia materna, aunque es una práctica que se ha considerado únicamente como eje central en el desarrollo infantil, está profundamente influenciada por factores culturales, sociales y legales que impactan de manera directa al bienestar físico, mental y la experiencia de las madres. Desde la perspectiva de los derechos reproductivos y la igualdad de género, resulta esencial que las mujeres puedan tomar decisiones libres, informadas y respaldadas tanto por el sistema de salud como por una cultura de respeto y consideración de las decisiones de las mujeres. La igualdad reflejada en la maternidad no es solo una cuestión de elección, sino también de equidad y respeto hacia la salud física y emocional de cada mujer, sin crear culpa por tomar el camino que más se adapte a su estilo de vida. Evitar la imposición de un modelo único de maternidad en el sector de la salud pública contribuye a una sociedad más inclusiva y empática, y a su vez al cumplimiento del ODS 5 para la agenda 2030. Asimismo, fomenta una sociedad que valora y respeta las distintas experiencias de maternidad, donde las mujeres no se ven obligadas a cumplir con expectativas sociales rígidas en temas tan íntimos como la lactancia. Y, de esta manera, se trabaja por una sociedad donde la maternidad se vive sin culpa y con apoyo genuino en todas sus dimensiones.

En este contexto, otorgar herramientas clave para apoyar a las madres a alimentar de manera sostenible a sus hijos es esencial. Estas asesorías, escuchar los desafíos específicos que la lactancia trae, crear espacios seguros donde las mujeres pueden expresar sus inquietudes, recibir apoyo emocional desde sus sistemas más cercanos y tomar decisiones informadas sobre su maternidad sin temor a ser juzgadas es fundamental para una lactancia exitosa. Este enfoque integral no solo reduce la culpa por su manera de matinar, sino que también destaca la autonomía de las madres como un derecho, y mejora su bienestar físico y emocional.

Democratizar el acceso a información sobre lactancia es fundamental para construir una maternidad más equitativa y respetuosa al integrar estos servicios en los sistemas de salud pública. En países como Ecuador, donde aún existen desigualdades significativas en el acceso a servicios de salud materno-infantil, la implementación de políticas públicas que prioricen las asesorías de lactancia es un paso urgente para cerrar estas brechas. Además, estas políticas deben reconocer y respetar la diversidad de experiencias y decisiones en torno a la lactancia, y promover un modelo inclusivo que valore tanto la lactancia materna como las alternativas que las madres elijan.

El impacto positivo de la información trasciende lo individual, y extiende sus efectos positivos a la salud pública, específicamente en lo relacionado a la nutrición infantil. Un niño bien alimentado, a través de cualquier alternativa, es mucho mejor que un niño al que se le ha priorizado cierto método que no es sostenible para su madre. Por esta razón, es obligación del Estado ofrecer los recursos necesarios para cualquier método de alimentación por el que la madre opte. Promover su acceso democrático y equitativo es una inversión en el bienestar de las madres, de sus hijos y de la comunidad en general, y es un paso indispensable hacia la construcción de un entorno que garantice a todas las mujeres sus derechos.

Con este fin, la comunicación es una herramienta clave para la transformación social y juega un papel fundamental en la promoción de derechos, como la equidad en la maternidad. A través de estrategias como el Lobbying y la Educomunicación, con enfoque en formar campañas de comunicación inclusivas, es posible desafiar narrativas tradicionales, derribar estigmas y construir una sociedad que respete y valore las decisiones individuales de cada madre.

La comunicación tiene el poder de hacer el ruido necesario para que los tomadores de decisiones escuchen. Educar y presionar es la forma que tiene la comunicación estratégica de

generar cambios. La comunicación une comunidades al alinearlas por un objetivo en común; en este caso, sus derecho de salud, igualdad y bienestar.

Además, la comunicación tiene la capacidad de visibilizar los desafíos específicos que enfrentan las mujeres, como la falta de acceso a servicios, los estigmas sociales, o la exclusión al no contar con un sistema de apoyo. Por esto, es fundamental que los mensajes no solo informen, sino que también promuevan espacios de diálogo y apoyo que permitan a las madres sentirse respaldadas en sus decisiones. La construcción de una narrativa colectiva que valore la diversidad de experiencias maternas tiene el poder de brindar igualdad de oportunidades a todas las mujeres en su proceso de maternidad.

En este sentido, una comunicación estratégica y democrática no solo beneficia a las madres y sus familias, sino que también fortalece el tejido social, al promover una maternidad libre de presiones, y demostrar que los cambios estructurales son posibles si todos los públicos comparten el mismo propósito y mensaje base.

Así es como la campaña “Lactancias Imperfectas” demostró que es posible hacer comunicación desde un lugar profundamente humano, capaz de transformar no solo percepciones, sino también estructuras. Al priorizar el trabajo en territorio, la escucha activa, la validación emocional y la visibilización de derechos, se logró ir más allá de la difusión de información. Se generaron espacios de reflexión, y acompañamiento, donde las madres pudieron sentirse escuchadas.

Una de las premisas más potentes que atravesó toda la campaña fue la reivindicación de que las mujeres no dejan de ser mujeres por convertirse en madres. Al contrario, ellas son el eje de su proceso de lactancia, y merecen bienestar. Esta campaña fue un primer paso hacia ese reconocimiento: devolverles el lugar central que les corresponde dentro de los procesos de salud, en un sistema que muchas veces las reduce a un rol secundario.

“Lactancias Imperfectas” permitió abrir espacios de diálogo donde antes había silencio, empezar redes de apoyo donde había duda, y visibilizar a las mujeres más vulnerables y sus derechos. Aunque los avances logrados fueron significativos, también evidenciaron las grandes carencias que persisten en la salud pública. Es urgente que existan más iniciativas que fortalezcan estos procesos desde una perspectiva interseccional y con enfoque de derechos.

Esta campaña funcionó como un plan piloto exitoso dentro del Distrito de Salud 17D11, lo que ha motivado la incorporación de la capacitación en lactancia al personal médico como parte de una propuesta de protección real de las lactancias. Esto es un indicador claro de que el trabajo realizado no termina con el cierre de una campaña, sino que puede convertirse en el inicio de un cambio estructural.

“Lactancias Imperfectas” deja así la puerta abierta para que, a largo plazo, se continúe promoviendo el diálogo necesario para pensar en políticas públicas e incluso en un futuro proyecto de ley que proteja y garantice el cuidado de todas las lactancias, desde una perspectiva centrada en los derechos de las mujeres en todos los ámbitos de su vida. Este no es el final, sino el comienzo de una transformación necesaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arregui, M (2024). *¿Se puede considerar el lobbying como una práctica ética?*

<https://www.obsbusiness.school/blog/se-puede-considerar-el-lobbying-como-una-practica-etica>

Chávez Macías, I. L., & Toledo Santana, N. (2024). Lactancia materna desde la diversidad

cultural ecuatoriana. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria*

PENTACIENCIAS, 6(3), 176–189. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v6i3.1086>

Doonan, C. (2022). There's no formula for a good mother: shame and estranged maternal

labour. *Feminist Theory*, 23(4), 512–538.

<https://doi.org/10.1177/14647001211042488>

Giallorenzi, M. L. (2020). Hacia una deconstrucción de la unión mujer-madre. *Journal de*

ciencias sociales. <https://doi.org/10.18682/jcs.vi14.1884>

Hero Baby. (2021, marzo 10). *¿Qué es una asesora de lactancia?* #main-organization.

<https://www.hero.es/baby/blog/que-es-una-asesora-de-lactancia>

Herrera Martínez, Y. M., & Crespo Herrera, L. (2022). *El impacto de la lactancia materna en*

el bienestar infantil. *Revista Cubana de Pediatría*, 93(1).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702022000100053

Hospital Gineco Obstétrico Isidro Ayora. (2012). *NORMAS Y PROTOCOLOS PARA*

MANEJO DE BANCOS DE LECHE HUMANA Y PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE

LA INICIATIVA HOSPITAL AMIGO DEL NIÑO. Gob.ec.

[https://www.salud.gob.ec/wp-](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2019/07/6_norma_manejo_banco_leche.pdf)

[content/uploads/2019/07/6_norma_manejo_banco_leche.pdf](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2019/07/6_norma_manejo_banco_leche.pdf)

- IESS. (2019). *Dale pecho, dale vida, es la campaña por la lactancia materna en el Hospital Jipijapa*. Gob.ec. <https://noticias.iesgob.ec/?p=423>
- INEC. (2022). *Registro Estadístico de Nacidos Vivos y Defunciones Fetales 2022*. Gob.ec. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/Nacidos_vivos_y_def_fetales_2022/Presentacion_ENV_y_EDF_2022.pdf
- León Cueto, J. L. (2024). *Importancia de la consultoría en lactancia materna*. Clínica San Felipe. <https://clinicasanfelipe.com/blog/importancia-de-la-consultoria-en-lactancia-materna>
- Loayza, L., & Angelo, R. (2022). La madre no normativa en “Los ingravidos”, de Valeria Luiselli, “La perra”, de Pilar Quintana y “Casas vacías”, de Brenda Navarro. *América sin nombre*, 27, 70. <https://doi.org/10.14198/amesn.20048>
- Maidana, R. E., Ojeda, N. A., Vera, R. D., Campero, M. N., & Scavuzzo, C. M. (2023). Representaciones sociales respecto a la lactancia humana en aquellas mujeres-madres que decidieron interrumpir la lactancia. *Revista de salud pública*, 29(2). <https://doi.org/10.31052/1853.1180.v29.n2.40612>
- Marketing Spain. (2021). *Cómo planificar una campaña de comunicación efectiva*. TEAM LEWIS. <https://www.teamlewis.com/es/revista/planificacion-campana-comunicacion/>
- Mead Johnson Nutrition. (2024). *Mitos de la Lactancia y Fórmula de Bebé*. Enfamil.com. <https://www.enfamil.com/es/articulos/mitos-de-la-lactancia-y-formula-de-bebe/>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador, UNICEF, & OPS. (2023). *Ministerio de Salud, UNICEF y OPS promueven la lactancia materna*.

<https://www.salud.gob.ec/ministerio-de-salud-unicef-y-ops-promueven-la-lactancia-materna/>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2022). *Lactancia materna Sí*. Gob.ec

<https://www.salud.gob.ec/lactancia-materna/>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2024). *Ecuador refuerza compromiso con la lactancia materna en la Semana Mundial 2024*. Gob.ec.

<https://www.salud.gob.ec/ecuador-refuerza-compromiso-con-la-lactancia-materna-en-la-semana-mundial-2024/>

Ministerio de Salud Pública. (2023). *MSP garantiza salud integral para la mujer*. Gob.ec.

<https://www.salud.gob.ec/msp-garantiza-salud-integral-para-la-poblacion-femenina/>

Ministerio de Salud Pública. (2023, agosto 31). *Ministerio de Salud Pública rechaza*

publicaciones que violan normas que garantizan el bienestar de niños y niñas del

país. Gob.ec. [https://www.salud.gob.ec/ministerio-de-salud-publica-rechaza-](https://www.salud.gob.ec/ministerio-de-salud-publica-rechaza-publicaciones-que-violan-normas-que-garantizan-el-bienestar-de-ninos-y-ninas-del-pais/)

[publicaciones-que-violan-normas-que-garantizan-el-bienestar-de-ninos-y-ninas-del-pais/](https://www.salud.gob.ec/ministerio-de-salud-publica-rechaza-publicaciones-que-violan-normas-que-garantizan-el-bienestar-de-ninos-y-ninas-del-pais/)

Moran, M. (2023, enero 7). *Igualdad de género y empoderamiento de la mujer*. Desarrollo

Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>

Primicias. (2024). *Daniel Noboa veta totalmente la Ley de Lactancia Materna en Ecuador*.

Primicias <https://www.primicias.ec/politica/daniel-noboa-veto-total-ley-lactancia-materna-ecuador-asamblea-84778/>

Proyecto Semilla (2024). *Programa de Vinculación con la comunidad de madres y futuras madres en Cayambe*. USFQ.

UNICEF Argentina. (2022). *UNICEF, ELA y Paternar lanzan campaña para un sistema de licencias parentales equitativas* <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/unicef-ela-y-paternar-lanzan-campania-sistema-licencias-parentales>

UNICEF Ecuador. (2013). *Tu leche es amor*. UNICEF <https://unicef.org/ecuador/tu-leche-es-amor-0>

Zamora Delmás, L., Nueno Mairal, B., Gonzalo del Moral, T., Gallego Córdoba, S., Jara Villamuera, E., Vilarrasa García, M., Pequeño Álvarez, J., & Jové Ortega, E. (2023). Asesoría de lactancia materna, un nuevo enfoque. *Revista de Lactancia Materna*, 1, e30770. <https://doi.org/10.14201/rlm.30770>

ANEXOS

Anexo 1: Oficio para solicitud de reunión con el Distrito de Salud 17D11

Oficio 001-ERB

Rumiñahui, 7 de febrero de 2025

Dra. Adela Granizo

Directora Distrital 17D11 Mejía-Rumiñahui Salud

Presente

Asunto: Solicitud de cita para Presentación de Proyecto Académico relacionado a la Lactancia Materna.

De mi consideración,

Reciba un cordial saludo. A través de la presente, yo, Emilia Eduarda Rosero Bermúdez, con C.I: 1720727799, en mi calidad de estudiante de la Universidad San Francisco de Quito, solicito una reunión con usted para presentarle los detalles del estudio que he venido realizando sobre la Lactancia Materna desde la perspectiva de Derechos, y explorar la posibilidad de implementar una campaña en el Distrito relacionada al tema. Me motiva especialmente aportar a la comunidad con un enfoque que beneficie a las madres y sus bebés, al promover espacios de apoyo y concientización.

Este proyecto forma parte de mi trabajo de titulación en la Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas. Su enfoque está en generar mayor conciencia sobre los derechos de las mujeres y visibilizar las necesidades de las madres lactantes. Cabe recalcar que esta iniciativa tiene fines estrictamente académicos y no persigue ningún lucro.

Agradeceré su apertura para conversar sobre esta propuesta y coordinar una fecha y hora para la reunión, según su disponibilidad. Quedo atenta a su confirmación y a cualquier información adicional que requiera.

Atentamente,

Emilia Eduarda Rosero Bermúdez

Telf.: 0998980002

Correo Electrónico: emilia.roserob@gmail.com

Anexo 2: Propuesta de Campaña solicitada para aprobación del Distrito

Propuesta para Implementación de Campaña de Comunicación sobre Lactancia Materna en el Distrito Rumiñahui

Nombre de la Campaña: Lactancias Im-perfectas – Campaña de Visibilización y Promoción de la Lactancia Materna y sus procesos como un Derecho que se goce sin culpabilidad.

Esta iniciativa busca generar mayor conciencia sobre los derechos de las mujeres en el proceso de lactancia y visibilizar las diversas realidades que enfrentan las madres lactantes. Se busca implementarla en los 10 Centros de Salud de Rumiñahui manejados por el Distrito de Salud 17D11.

El proyecto forma parte de un trabajo de titulación en la Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas y tiene fines estrictamente académicos, sin ningún ánimo de lucro.

Contexto

La lactancia materna es un derecho fundamental tanto para la madre como para el bebé. Sin embargo, múltiples barreras sociales, laborales y culturales dificultan su práctica, lo que genera desigualdades en el acceso a una lactancia informada y sostenible.

Este estudio ha abordado la lactancia materna desde una perspectiva de derechos, con el propósito de generar un enfoque de comunicación que permita promover cambios positivos en la comunidad al crear espacios de apoyo y concientización, pero sobre todo información para mamás, futuras mamás, sistemas de apoyo y personal médico. La implementación de esta campaña en el Distrito de Salud contribuiría a fortalecer la conciencia sobre este tema y a brindar recursos para apoyar a las madres lactantes.

Objetivos

Objetivo General del Proyecto: Desarrollar una Campaña de Comunicación orientada a promover la equidad en la lactancia materna, con un enfoque basado en derechos, para sensibilizar a la comunidad, brindar información y fomentar la creación de espacios y sistemas de apoyo para las madres lactantes.

Objetivo General de la Campaña: Promover el derecho de las mujeres a una lactancia materna informada y libre de culpa, a través de la visibilización de las diversas realidades y necesidades en la maternidad, y el acceso a información.

Objetivos Específicos:

- Sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del apoyo a las madres lactantes.
- Difundir información basada en evidencia sobre los derechos de las mujeres en relación con la lactancia materna.
- Fomentar la creación de espacios de apoyo y redes de acompañamiento para madres lactantes.
- Involucrar a actores clave en la promoción de políticas públicas que favorezcan la equidad en la lactancia materna.

Concepto Creativo y Estrategia de Comunicación

La campaña se basa en el concepto "Lactancias (Im)perfectas", que busca romper con los estigmas que rodean la lactancia materna y promover un enfoque de equidad y apoyo para las madres, porque cada lactancia y cada realidad es perfecta a su manera cuando mamá y bebé están bien. De esta manera, se busca lograr que cada mujer se apropie de su proceso único.

Estrategia General: Educomunicación para la Promoción de Derechos.

Metodología:

- **Canales de Comunicación:** Redes sociales, medios comunitarios, espacios de sensibilización en centros de salud y materiales educativos.
- **Tácticas Clave:** Acompañamiento digital de la Campaña (cobertura en la red propia de la campaña), eventos (charlas, talleres y activaciones) presenciales en los Centros de Salud y el territorio, y desarrollo de guías informativas para madres y familias.

En medios:

Se utilizará este formato para crear conciencia y conectar a más gente con la causa.

Temas: Derechos, mitos de la lactancia, realidades diversas y experiencias. (Formato entrevista).

*Adicionalmente, se gestionarán medios tradicionales que generen cobertura.

Para charlas y talleres:

Informativo y experiencial, manera de involucrarse con la comunidad (madres, padres, personal médico).

Temas:

- ABC de la Lactancia vivida desde tus Derechos.
- ¿Cómo hablar de Lactancia con tus pacientes? Comunicación Empática y bases sobre Lactancia Materna.

Speakers:

Isabella Palacios – Asesora de Lactancia certificada y vocera de la Campaña.

Emilia Rosero – Estudiante de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, amplia investigación y conocimiento en Comunicación para Promoción de Derechos y Educomunicación.

Formato: Adaptable al tiempo y disponibilidad de espacio (mínimo 30-60 minutos, un aula con espacio para proyección).

Para activaciones en territorio y centros:

Difusión de la Campaña. Sensibilización de la comunidad a la temática. Información general para redes de apoyo e interesados. Convocatoria a madres.

Público Objetivo

- **Madres lactantes y gestantes:** Mujeres que necesitan información y apoyo durante su proceso de lactancia.
- **Familiares y redes de apoyo:** Personas cercanas a las madres que pueden influir en su experiencia de lactancia.
- **Profesionales de la salud:** Personal médico que desempeña un rol clave en la promoción, educación apoyo y respeto de la lactancia materna.

Plan de Acción

Temporalidad de la Campaña: 2 meses aproximadamente para la implementación (Marzo-Abril, 2025).

Hoja de ruta para las fases de la campaña:

- **Fase 1:** Investigación y Definición (Septiembre, 2024 – Febrero, 2025) – **Fase Concluida.*
- **Fase 2:** Implementación y Desarrollo (Marzo – Abril, 2025).
 - Implementación de la campaña en plataformas digitales y medios.
 - Desarrollo de tácticas en Centros de Salud y Territorio.
- **Fase 3:** Evaluación y Cierre (Abril - Mayo 2025).
 - Evento de Cierre – por coordinarse.
 - Medición de resultados en base a objetivos.
 - Presentación de resultados.

8. Actores Involucrados

Para la implementación de esta campaña, se espera la colaboración de los siguientes actores:

- **Instituciones de Salud:** Centros de salud del Distrito, Autoridades competentes.
- **Medios de Comunicación:** Radio comunitaria, redes sociales y medios digitales.
- **Auspiciantes:** Empresas sustento para estrategias de Campaña y Auspicios.
- **Expertos y voceros:** Encargados de difusión de información y capacitación.

Beneficios para Aliados

La participación en la campaña representa una oportunidad para las organizaciones y actores involucrados de:

- **Fortalecer su compromiso social:** Al apoyar una iniciativa de impacto comunitario en favor de la equidad en la lactancia materna.
- **Visibilizar su rol en la promoción de derechos:** Generar posicionamiento positivo en la comunidad.
- **Medición de impacto:** Evaluación de resultados y seguimiento de indicadores clave de la campaña.

¿Qué se solicita del aliado?

- Apertura para la implementación.

- Espacio para desarrollo de capacitaciones y talleres.
- Data de Beneficiarias – madres lactantes y gestantes que están consideradas en una base de datos y podrían asistir a las estrategias de Campaña (cantidad aproximada por Centro de Salud).
- Contacto y Coordinación con beneficiarias y personal médico.

Agradecemos su interés y esperamos contar con su apoyo para hacer de esta iniciativa un éxito.

Contacto

Emilia Rosero Bermúdez

Gestora de Campaña

Telf: 0998980002

Correo Electrónico: emilia.roserob@gmail.com

Anexo 3: Boletines de Prensa

Llega “Lactancias (Im)perfectas”: la iniciativa promueve la lactancia como un derecho y habla de lactancias reales

El 80% de las madres experimenta sentimientos de culpa o presión social al enfrentar su proceso de lactancia. La idea de una “lactancia perfecta” sigue imponiendo barreras emocionales y estructurales que muchas veces llevan a las mujeres a sentir que han fallado, y no hay nada que hacer al respecto. En respuesta a esta realidad, *Lactancias (Im)perfectas* llega a Rumiñahui con el propósito de visibilizar las distintas experiencias de lactancia materna y reivindicarla como un derecho.

Esta iniciativa forma parte de un proyecto de titulación de la Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito, y tiene como objetivo sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del apoyo a las madres lactantes, desmontar mitos sobre la lactancia y fomentar la creación de espacios de acompañamiento y redes de apoyo.

Los 10 Centros de Salud manejados por el Distrito 17D11 en Rumiñahui serán el escenario de la Campaña. Se busca que las mujeres accedan a información confiable y herramientas que les permitan tomar decisiones sobre su maternidad.

Se llevarán a cabo talleres y charlas, dirigidos a madres, redes de apoyo y personal de salud, que abordarán temas como el derecho a una lactancia libre de juicios, la comunicación empática en la atención médica y los mitos que rodean el proceso de amamantar. Además, la campaña contará con activaciones en territorio que sensibilicen a la comunidad.

Las actividades se desarrollarán entre marzo y abril de 2025, con el respaldo de especialistas en Lactancia, Comunicación, y el aval de autoridades en Salud Pública. Madres lactantes y gestantes, familiares y profesionales de la salud están invitados a participar y formar parte de un movimiento que busca transformar la manera en que se vive y se habla de Lactancia Materna.

Esperamos puedan ser parte de esta iniciativa que busca cambiar vidas.

Contacto

Emilia Rosero Bermúdez - Gestora de Campaña

Teléfono: 0998980002

Correo Electrónico: emilia.roserob@gmail.com

Instagram de la Campaña: @lactancias.im_perfectas

Rumiñahui se convierte en el epicentro de “Lactancias Imperfectas”, una iniciativa que promueve el Derecho a una Lactancia Materna sin Culpa

Los 10 Centros de Salud manejados por el Distrito 17D11 en Rumiñahui serán el escenario de *Lactancias (Im)perfectas*, una iniciativa que busca visibilizar las diversas realidades de la lactancia materna y reivindicarla como un derecho. A través de talleres, charlas y activaciones en territorio, la campaña llevará información confiable y herramientas prácticas a madres lactantes, sus redes de apoyo y profesionales de la salud.

El 80% de las madres experimenta sentimientos de culpa o presión social al enfrentar su proceso de lactancia. La imposición de una "lactancia perfecta" ha generado barreras emocionales y estructurales que dificultan la experiencia materna. Frente a esta problemática, *Lactancias (Im)perfectas* llega a Rumiñahui con un mensaje claro: cada lactancia es única y debe ser respetada.

Esta iniciativa es parte de un proyecto de titulación de la Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito. Con el respaldo de especialistas en lactancia, comunicación y autoridades en salud pública, se busca sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del apoyo a las madres lactantes, desmontar mitos y fomentar espacios de acompañamiento.

Las actividades se desarrollarán entre marzo y abril de 2025 e incluirán capacitaciones sobre lactancia sin juicios, comunicación empática en la atención médica y la creación de redes de apoyo materno. Además, se realizarán intervenciones en los centros de salud para involucrar activamente a la comunidad en la conversación sobre la maternidad y la lactancia.

Madres lactantes y gestantes, familiares y profesionales de la salud están invitados a participar en esta iniciativa que busca transformar la manera en que se vive y se habla de la lactancia materna.

Esperamos puedan ser parte de esta iniciativa que busca cambiar vidas.

Contacto

Emilia Rosero Bermúdez - Gestora de Campaña

Teléfono: 0998980002

Correo Electrónico: emilia.roserob@gmail.com

Instagram de la Campaña: @lactancias.im_perfectas

Lactancias (Im)perfectas: La Campaña que reivindica la Lactancia Materna como un Derecho a través de la Educomunicación

Con el fin de visibilizar las distintas experiencias de lactancia y promoverla como un derecho, llega la campaña *Lactancias (Im)perfectas*. En un contexto donde el 80% de las madres se siente presionada por la idea de una "lactancia perfecta", esta iniciativa busca desafiar los mitos y las expectativas sociales que afectan emocionalmente a las mujeres en su proceso de amamantamiento.

Lactancias (Im)perfectas es parte de un proyecto de titulación de la Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito. Su objetivo es sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de ofrecer un apoyo adecuado a las madres lactantes y fomentar la creación de redes de acompañamiento entre profesionales y familiares.

La campaña se llevará a cabo en Rumiñahui, en los 10 Centros de Salud manejados por el Distrito 17D11 en este cantón, donde se ofrecerán talleres y charlas dirigidas tanto a madres y redes de apoyo, como a personal de salud. Los temas incluyen el derecho a una lactancia libre de juicios, la comunicación empática en la atención médica y la desmitificación de los procesos de amamantamiento. Además, se realizarán activaciones en territorio, para abrir espacios de sensibilización y difusión.

Las actividades se desarrollarán durante los meses de marzo y abril de 2025, respaldadas por expertos en Lactancia y Comunicación, con el aval de autoridades en Salud Pública. Las madres lactantes, gestantes, familiares y profesionales de la salud están invitados a sumarse a esta causa que busca cambiar la forma en que se vive y se entiende la lactancia materna.

Lactancias (Im)perfectas abre la puerta a una maternidad sin culpa, e invita a todas las personas a formar parte de este movimiento que busca cambiar vidas.

Contacto

Emilia Rosero Bermúdez - Gestora de Campaña

Teléfono: 0998980002

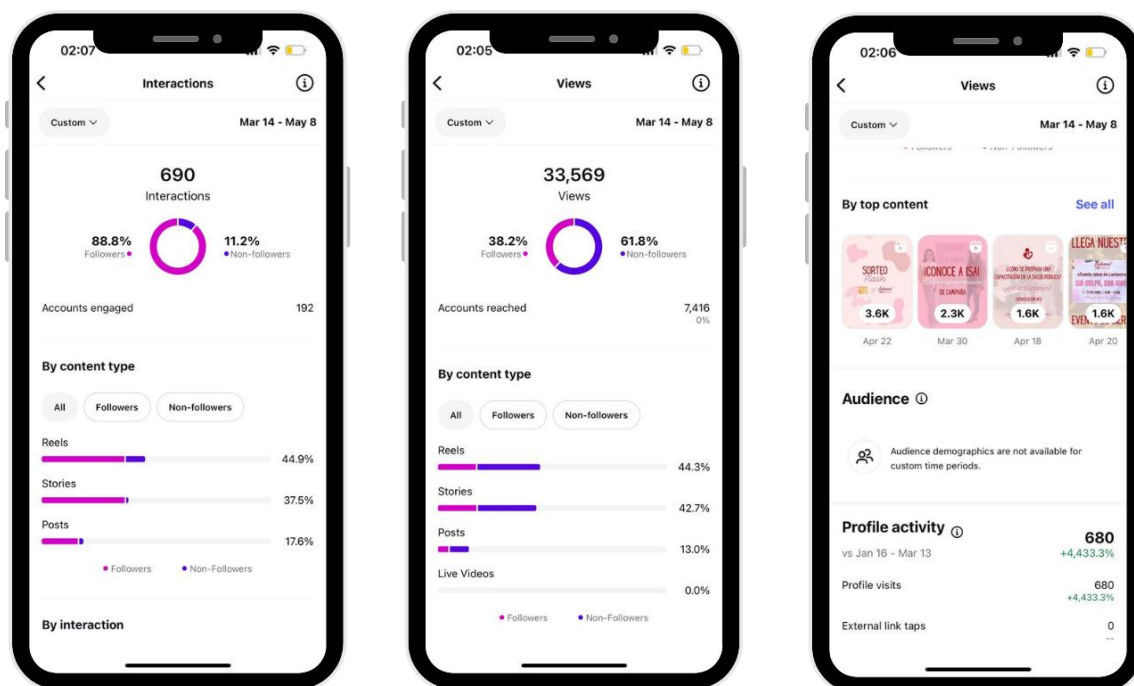
Correo Electrónico: emilia.roserob@gmail.com

Instagram de la Campaña: @lactancias.im_perfectas

Anexo 4: Fotografías adicionales de capacitaciones



Anexo 5: Estadísticas de Redes



lactancias.im_perfect...

Share a note

Lactancias ImPerfectas

18 posts 180 followers 50 following

Campaña de Promoción de la Lactancia como un Derecho, Sin Culpa

¡Queremos visibilizar las realidades de TODAS!

¡Aprendamos juntos!

[See Translation](#)

Accounts reached

5,551
+80.2%

Anexo 6: Oficio y Permiso del Municipio de Rumiñahui**Oficio 002-ERB**

Rumiñahui, 31 de marzo de 2025

Arq. Fredy Mena

Director de Ordenamiento Territorial

Presente

Reciba un cordial saludo. A través de la presente, yo, Emilia Eduarda Rosero Bermúdez, portadora de la cédula de identidad 1720727799, me dirijo a usted con el fin de solicitar la autorización para el uso del espacio público de la Plaza del Parque Juan de Salinas, ubicada en las calles Bolívar y Eloy Alfaro, en Sangolquí, para la realización de un evento de tipo feria.

El evento, denominado “Sin Culpa, Con Amor: Jornada de Lactancia Materna”, tiene como objetivo la difusión de información y el fomento del conocimiento sobre la lactancia materna como un derecho.

La actividad está programada para el domingo 27 de abril de 2025, en el horario de 08:00 am a 12:00 pm, y contará con la asistencia estimada de 60 personas. La feria se desarrollará en un área de 18m², cubierta por una carpa de 6 metros x 3 metros.

Adjunto a la presente encontrará el plano con la ubicación planificada para el evento. Quedo atenta a su confirmación y a cualquier información adicional que se requiera para la gestión de esta solicitud.

Agradezco de antemano su atención y colaboración.

Atentamente,

Emilia Eduarda Rosero Bermúdez

Telf.: 0998980002

Correo Electrónico: emilia.roserob@gmail.com

Oficio Nro. GADMUR-DOT-2025-0493-O

Sangolqui, 11 de abril de 2025

Asunto: SOLICITA AUTORIZACION DE USO DEL ESPACIO PUBLICO DE LA PLAZA DEL PARQUE JUAN DE SALINAS.

Emilia Eduarda Rosero Bermudez
Presente.

En atención a su Oficio 002-ERB del 31 de marzo del 2025, suscrito por la señora Emilia Rosero, admitido a trámite 8329-E del 08 de abril del año en curso, mediante el cual solicita se otorgue la autorización del espacio público del Parque Juan de Salinas para realizar el evento denominado **SIN CULPA, CON AMOR; JORNADA DE LACTANCIA MATERNA**, el día domingo 27 de abril del presente año, en un horario de 08H00 A 12h00, al respecto me permito indicar lo siguiente.

La Dirección de Ordenamiento Territorial **AUTORIZA** el espacio público del Parque Juan de Salinas para realizar el evento denominado **"SIN CULPA, CON AMOR; JORNADA DE LACTANCIA MATERNA"**, el día domingo 27 de abril del presente año, en un horario de 08H00 A 12h00.

El espacio autorizado quedará en iguales o mejores condiciones que las de antes de realizar el evento.

Los promotores garantizarán que no se obstaculice la libre circulación vehicular y peatonal en las calles aledañas.

La seguridad y responsabilidad del evento estará a cargo de los promotores.

Liquidación N°. 342-DGT-2025 del pago por Ocupación del Espacio Público de fecha 10 de abril del 2025.

Atentamente,



firmado digitalmente por:
**ANA BELEN
SILVA**

Arq. Ana Belén Silva Loiza

DIRECTORA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL ENCARGADA

Referencias:

- GADMUR-DACGD-2025-8329-E

Anexos:

- TR.08329.pdf
- LIQUIDACION EMILIA ROSERO.pdf

NUT: GADMUR-2025-21266

Acción	Siglas Unidad	Fecha
Elaborado por: Ilust. Napoleón Riera Caba	DOT	2025-04-30



Anexo 7: Convocatoria para Evento de Cierre

Anexo 8: Marcas Auspiciantes y Aliados Estratégicos

