

Fecha: 07-08-2024

Medio: La Estrella de Arica

Supl. : La Estrella de Arica

Tipo: Noticia general

Título: **“Semana de la lactancia materna: fortalezcamos esta entrega de amor”**

Pág. : 8

Cm2: 117,8

VPE: \$ 191.728

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

7.300

21.900

No Definida

## **“Semana de la lactancia materna: fortalezcamos esta entrega de amor”**

La lactancia materna es de los primeros vínculos que podemos desarrollar a lo largo de nuestras vidas y representa un alimento vital para el desarrollo infantil. Por ello, la Alianza Mundial para la Acción en Pro de la Lactancia Materna (WABA), establece cada año la Semana de la Lactancia entre el 1 y el 7 de agosto, con el fin de incentivar y reforzar la importancia de esta acción de la madre hacia el bebé.

Por lo mismo, pasa a tener gran relevancia la búsqueda del factor igualdad de la lactancia materna en nuestra sociedad, premisa a nivel mundial de la campaña de este año.

En Chile, el último informe sobre lac-

tancia materna entregado por el Ministerio de Salud describe que el 56% de los lactantes reciben lactancia materna exclusiva hasta el sexto mes de vida, disminuyendo este porcentaje en el caso de las mujeres con trabajo remunerado.

La búsqueda por aumentar esta cifra en el país se ha realizado de la mano de leyes, como, por ejemplo, la incorporación del derecho a la lactancia materna que se sumó al código del trabajo en 2007; o, en 2019, las medidas de protección de la lactancia materna, entre las que se reconoció el derecho al amamantamiento libre.

Sin embargo, aún tenemos mucho

por hacer en la promoción de la lactancia y la búsqueda de su transversalidad. Es necesario que las diferentes organizaciones desarrollen políticas para fomentar etapa de vinculación única en la vida y, desde el mundo privado, comprometer colaboración y apoyo a esas mujeres que intentan día a día compatibilizar ambos roles. Por eso debemos mantener en vitrina lo relevante que es este proceso tan natural, y avanzar en acciones concretas que permitan potenciar la salud y vinculación entre madres e hijos.

María Cristina Ibáñez, gerenta de marketing Kimberly-Clark Chile