

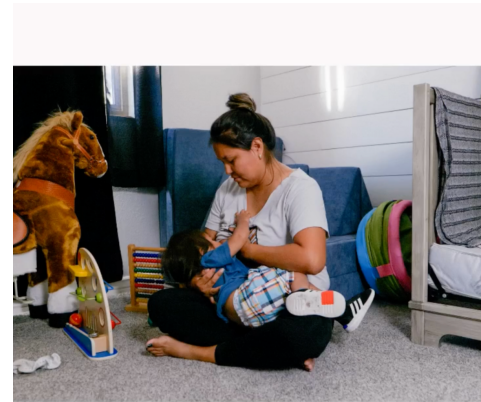
Herramientas de la campaña El Ingrediente Secreto

La alimentación de todo bebé puede ser difícil. Cada situación es única y al haber demasiados consejos en todas partes (y de todo el mundo) las personas encargadas del cuidado pueden sentirse abrumadas al intentar tomar la decisión correcta.

En 2022, el país estuvo inmerso en una crisis de alimentación infantil. La escasez de leche de fórmula a nivel nacional, combinada con la retirada del mercado de las principales marcas de leche de fórmula en EE. UU., generó una situación desesperante para las mujeres, lactantes y menores de todo el país. Debido a que quienes participan del programa WIC compran alrededor del 50 % de la leche de fórmula en EE. UU., la Asociación Nacional de WIC (NWA, por sus siglas en inglés) y WIC estaban, y aún lo están, bien posicionados para actuar como especialistas y responsables en la educación. Con ayuda financiera de la Fundación Robert Wood Johnson, la NWA y el programa WIC están cambiando el mensaje de “qué no hacer” a “qué hacer” con respecto a las prácticas de alimentación infantil.

El Ingrediente Secreto es una campaña educativa y creativa dirigida tanto al público en general como a miembros y partes interesadas de la NWA. La campaña asegura a las cuidadoras que el único “secreto” para lograr una alimentación infantil exitosa es recibir la educación y el apoyo que necesitan. Cuando las cuidadoras están informadas sobre las mejores prácticas de alimentación infantil, ya sea con leche materna o de fórmula, pueden desempeñar perfectamente su labor independientemente de lo que elijan y estar mejor preparadas para afrontar situaciones de crisis, como la escasez de leche de fórmula.

La campaña El Ingrediente Secreto promueve las experiencias de una gran variedad de familias y menores. Este enfoque hiperindividualizado presenta las siguientes características:



Bedtime stories. Morning
kisses. Salty tears. Gentle
squeezes. Sighs of relief.
**In every single moment, the
secret ingredient is you.**

It's normal to have questions about infant feeding.
WIC can help you find the answers.

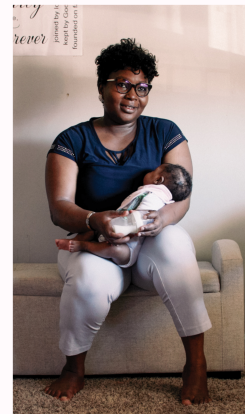
- reconoce y aborda explícitamente las dificultades;
- genera confianza a través de la sinceridad y la transparencia;
- destaca la singularidad de cada experiencia de cuidado;
- lucha contra el estigma mediante la presentación de experiencias privadas en un espacio público, y
- provoca una respuesta emocional en el público, que esperamos genere confianza y cree oportunidades de compromiso con el grupo de profesionales y los programas de WIC.

Esta herramienta es una recopilación de recursos y materiales elaborados para que los socios de la NWA y el WIC implementen y compartan eficazmente esta campaña y los mensajes de apoyo.

Los materiales de la campaña en esta herramienta (videos, contenido de redes sociales, carteles y postales) están listos para ser publicados. Están disponibles en los siguientes idiomas: inglés, español (latinoamericano), chino (mandarín, caracteres simplificados), árabe y criollo (haitiano). Los materiales impresos se proporcionan tanto con la marca WIC como sin ella.

“Without
that close
relationship
with WIC,
I wouldn’t
be able to
breastfeed.”

—Assa
WIC Participant



[Haz clic aquí para consultar la herramienta completa y descargar el material de la campaña.](#)

[Haz clic aquí para explorar la Guía de Estrategia de Campaña.](#)